

VYSOKÁ ŠKOLA BÁŇSKÁ – TECHNICKÁ UNIVERZITA OSTRAVA EKONOMICKÁ  
FAKULTA

KATEDRA NÁRODOHOSPODÁŘSKÁ

Proexportní politika vybraných zemí v období krize

Export Policy of the Chosen Countries During the Economic Crisis

Student: Klára Dürrbecková

Vedoucí bakalářské práce: Ing. Lenka Janíčková

Ostrava 2012

# Zadání bakalářské práce

Student:

**Klára Dürrbecková**

Studijní program:

B6202 Hospodářská politika a správa

Studijní obor:

6202R027 Národní hospodářství

Téma:

Proexportní politika vybraných zemí v období ekonomické krize  
Export Policy of the Chosen Countries During the Economic Crisis

Zásady pro vypracování:

1. Úvod
  2. Teoretická východiska proexportní politiky
  3. Proexportní politika České republiky
  4. Proexportní politika vybraných zemí
  5. Závěr
- Seznam použité literatury  
Seznam zkratk  
Prohlášení o využití výsledků bakalářské práce  
Seznam příloh  
Přílohy

Seznam doporučené odborné literatury:

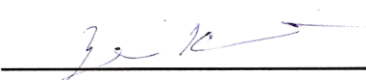
- BENEŠ, Vlastislav. *Zahraniční obchod*. Praha: Grada, 2004. ISBN 80-247-0558-3.  
KLIKOVÁ, Christiana a Igor KOTLÁN. *Hospodářská politika*. Ostrava: SOKRATES, 2003. ISBN 80-86572-04-8.  
KRPEC, Oldřich a Vladan HODULÁK. *Politická ekonomie mezinárodních vztahů*. Brno: Mezinárodní politologický ústav Masarykovy univerzity, 2011. ISBN 978-80-210-5481-3.  
SVATOŠ, Miroslav et al. *Zahraniční obchod*. Praha: Grada, 2009. ISBN 978-80-247-2708-0.

Formální náležitosti a rozsah bakalářské práce stanoví pokyny pro vypracování zveřejněné na webových stránkách fakulty.


Vedoucí bakalářské práce: **Ing. Lenka Janíčková**

Datum zadání: 25.11.2011

Datum odevzdání: 11.05.2012

  
Ing. Zuzana Kučerová, Ph.D.  
vedoucí katedry



  
prof. Dr. Ing. Dana Dluhošová  
děkanka fakulty

**Prohlášení**

Místopřísežně prohlašuji, že jsem celou bakalářskou práci vypracovala samostatně.

V Ostravě dne 11. května 2012

.....  
Dürrbecková Klára

**Na tomto místě bych ráda poděkovala Ing. Lence Janíčkové, za její trpělivost, cenné rady a připomínky, kterými přispěla k vypracování této bakalářské práce.**

# Obsah

1	Úvod.....	5
2	Teoretická východiska proexportní politiky .....	6
2.1	Význam zahraničního obchodu .....	7
2.2	Přístupy k mezinárodnímu obchodu .....	8
2.2.1	Merkantilismus.....	9
2.2.2	Klasická teorie.....	10
2.2.3	Neoklasická teorie .....	11
2.3	Nástroje vnější hospodářské politiky .....	13
2.3.1	Autonomní nástroje .....	13
2.3.2	Smluvní nástroje.....	16
2.4	Proexportní politika.....	17
2.5	Dílčí shrnutí .....	18
3	Proexportní politika České republiky .....	19
3.1	Institucionální podpora exportu .....	20
3.1.1	Ministerstvo průmyslu a obchodu .....	20
3.1.2	Ministerstvo zahraničních věcí .....	21
3.1.3	Exportní garanční a pojišťovací společnost, a.s. ....	22
3.1.4	Česká exportní banka, a.s. ....	23
3.1.5	Česká agentura na podporu obchodu.....	25
3.1.6	Hospodářská komora ČR.....	26
3.1.7	Svaz průmyslu a dopravy ČR .....	26
3.2	Exportní strategie České republiky .....	27
3.2.1	Exportní strategie pro období 2006 - 2010 .....	27
3.2.2	Plnění Exportní strategie.....	30
3.2.3	Exportní strategie pro období 2012 - 2020 .....	32
3.3	Dílčí shrnutí .....	33
4	Proexportní politika vybraných zemí.....	35
4.1	Proexportní politika Polské republiky.....	35
4.1.1	Ministerstvo hospodářství.....	36
4.1.2	Banka národního hospodářství.....	36
4.1.3	Další organizace .....	37
4.2	Proexportní politika Slovenské republiky .....	39
4.2.1	Ministerstvo hospodářství.....	39
4.2.2	Exportně – importní banka Slovenské republiky .....	40
4.2.3	Slovenská záruční a rozvojová banka.....	42
4.2.4	Slovenská agentura pro podporu investic a obchodu .....	42
4.2.5	Slovenská obchodní a průmyslová komora .....	43
4.3	Komparace proexportní politiky České, Slovenské a Polské republiky .....	43
4.4	Dílčí shrnutí .....	47
5	Závěr .....	48
	Seznam použité literatury .....	51
	Seznam zkratk .....	i
	Prohlášení o využití výsledků bakalářské práce.....	iii

# 1 Úvod

Proexportní politika je součástí zahraničně-obchodní politiky státu a patří tedy mezi souhrn opatření a aktivit, kterými se stát snaží ovlivnit zahraniční obchod své země. Jedná se o tzv. aktivní pojetí zahraničně-obchodní politiky, kdy se stát snaží podporovat ekonomiku ve vývoznoschopné výrobě a distribuci domácího zboží prostřednictvím proexportně zaměřených programů a činností. Proexportní politika v současné době patří mezi aktuální otázky hospodářské politiky. Výrazná je zejména u menších ekonomik, kde je zapojení do zahraničního obchodu intenzivní.

Česká republika, Slovensko a Polsko jsou země s velmi podobným historickým vývojem. Všechny tři byly součástí socialistického bloku, byly vždy jednou civilizací, sdílejí stejné kulturní a intelektuální hodnoty a společné kořeny náboženských tradic. Usilovaly o členství v Evropské unii. Tohoto cíle dosáhly zároveň 1. května 2004, kdy se všechny staly členskými zeměmi Evropské unie. I přesto, že jsou si tyto státy hodně podobné, jejich proexportní politika se může v mnoho ohledech lišit.

Cílem práce je zjistit jaká je současná proexportní politika vybraných zemí, jak moc se vzájemně podobají a v čem se liší. Práce se zabývá především formou podpory exportu a srovnává ji.

Bakalářská práce je rozdělena na tři kapitoly. První kapitola se bude věnovat významu zahraničního obchodu. Dále se zaměří na jednotlivé přístupy k zahraničnímu obchodu a zmíní různé směry, které se tímto zabývaly. A v neposlední řadě rozdělí nástroje vnější hospodářské politiky a vymezí pojem proexportní politika.

Druhá kapitola bude náležet přímo proexportní politice České republiky. Bude se věnovat počátkům a dalšímu rozvoji proexportních aktivit. Popíše současný systém podpory českého exportu. Dále detailněji rozebere jednotlivé instituce, které proexportní politiku zajišťuje. A závěr této kapitoly rozebere strategie, které vznikly za účelem podpory exportu.

Poslední kapitola se zaměří na proexportní politiku Slovenské republiky a Polské republiky. Budou zde zmíněny jednotlivé formy podpory exportu v těchto zemích, vývoj proexportní politiky a jednotlivé programy za tímto účelem zřízené.

## 2 Teoretická východiska proexportní politiky

Vnější ekonomické vztahy mohou být chápány jako veškeré ekonomické pohyby, které svým rozsahem přesahují hranice státu. Základnou, z níž se různé formy vnějších ekonomických vztahů nebo mezinárodní ekonomické spolupráce vyvinuly, byl zahraniční obchod.

Zahraníční obchod můžeme považovat za jednu z nejstarších a nejdynamičtější se rozvíjejících částí světové ekonomiky. Ovlivňuje ekonomický růst a rozvoj nejen národních ekonomik, ale také světové ekonomiky, proto bývá pokládán za jeden z nejdůležitějších prvků ekonomiky.

Mezi důvody uplatňování zahraničního obchodu řadíme odlišné výrobní podmínky, rostoucí výnosy z rozsahu a rozdíly ve spotřebitelském vkusu. Jednotlivé země jsou odlišně vybaveny přírodními zdroji, leží v odlišných klimatických a geografických podmínkách. V různých zemích jsou různé statky vyráběny s odlišnými náklady. Při specializaci země s nízkými náklady na výrobu určitého statku dochází při výrobě ve velkém k úsporám z rozsahu a v neposlední řadě obyvatelé různých států mají odlišné preference ve spotřebě (Beneš et al., 2004).

Dle Beneše (2004) se teorie mezinárodního obchodu zabývá následujícími ekonomickými problémy:

1. *efektivitou alokace výrobních zdrojů* v rámci celosvětových možností jejich alternativního využívání. Prvořadé místo zaujímá produktivita práce a vybavenost dané země výrobními zdroji. Výrobní faktory vystupují v modelech mezinárodního obchodu na straně omezených výrobních vstupů,
2. *redistribucí důchodů a bohatství* v souvislosti s alternativním obchodováním s jinými zeměmi. Jedná se o analýzu toho, kdo na obchodě získává nebo ztrácí,
3. *růstem domácí ekonomiky*, a to v závislosti na vývoji ekonomických potenciálů na straně nabídky a poptávky v jiných zemích. Dlouhodobý prospěch souvisí se schopností pružně se přizpůsobovat vnějším podnětům,
4. *mechanismem fungování trhu*. Strategie tržního vyjednávání záleží na tom, jak se skutečný trh odlišuje od pravidel dokonalé konkurence, např. zda podléhá rostoucím výnosům z rozsahu, kartelové dominanci, necenové konkurenci, diferenciaci výrobků atd.,
5. *institucionálním uspořádání dané země a jeho vliv na mezinárodní obchod*. Může se jednat o rozdílnou hospodářskou politiku (daně, cla, výše kurzu), odlišnou úroveň hospodářské

integrace s jinými zeměmi, organizovanost domácích lobbyistů, různá úroveň tržní síly mezinárodních kartelových spojení.

## 2.1 Význam zahraničního obchodu

Obchod je společně s válkou nejstarší formou mezinárodních vztahů. Zahraniční obchod má v každé ekonomice velký význam. Můžeme jej vidět v oblasti ekonomické (úsporu výrobních faktorů, díky které dojde k úspoře nákladů), politické (navazování přátelských vztahů) a kulturní (vzájemné poznání kultury jednotlivých zemí). Význam obchodování s ostatními zeměmi je pro ekonomiku státu tím větší, čím je stát menší a ekonomicky vyspělejší.

Dle Beneše (2004) pro hodnocení zahraničního obchodu v ekonomice používáme různé faktory, mezi které se řadí:

**efektivnost** – představuje v exportní politice snahu zaměřit své úsilí na ty produkty, u kterých můžeme dosáhnout maximálních úspor společenské práce a zvyšovat zisky domácích firem v podobě tzv. výnosů z rozsahu. Na ně je pak soustředěn výzkum, vývoj a jiné.

**proporcionalita** – státy mají omezené výrobní možnosti v závislosti na přírodních podmínkách, vybavenosti surovinovými zdroji, půdou, prací, kapitálem a technologiemi. U těchto zemí je tedy nezbytný dovoz ze zahraničí. Avšak existují i země, které mají komplexní ekonomiku a jsou schopny uspokojit veškeré potřeby svého obyvatelstva. Mezi ně patří USA, Čína, Indie a další. I přesto jsou tyto státy významnými účastníky mezinárodního obchodu.

**demonstrativní efekt** – dobrá pozice v mezinárodních ekonomických vztazích a úspěšné pronikání na trhy jiných zemí zvyšuje prestiž státu. Napomáhá tak ke zlepšení jeho image, což může přinášet další ekonomické výhody i upevňování místa v mezinárodní politice.

Vedle uvedených faktorů státy zpravidla přihlížejí i k některým dalším aspektům. Považují za důležité, aby jejich vnější ekonomické vztahy byly pokud možno vyvážené a nedocházelo např. k nadměrnému odlivu zdrojů z domácí ekonomiky do zahraničí, nebo se naopak v důsledku převyšujícího přílivu zboží neúnosně nezadlužovaly.

Význam zahraničního obchodu můžeme vidět, také ve vzájemné provázanosti zemí. Tedy čím jsou země více hospodářsky provázané, tím jsou jejich celkové vztahy stabilnější. Zahraniční obchod je pak nástrojem snižující riziko konfliktu mezi zeměmi.



## 2.2 Přístupy k mezinárodnímu obchodu

Obecně se přístup k zahraničnímu obchodu dělí na dva druhy - liberální a protekcionistický (Neumann et al., 2010).

Termín protekcionismus je odvozen z anglického „to protect“ a v českém překladu znamená ochranářství. Historicky je vznik protekcionismu spojen s merkantilisty, kdy se v období šestnáctého až osmnáctého století stal teoretickým základem jejich učení. Tato teorie považuje kladnou obchodní bilanci, kdy do země přitékají peníze, za příznivou a zápornou obchodní bilanci za nepříznivou.

Protekcionismus představuje druh hospodářské politiky určité země, která se zaměřuje především na ochranu a podporu vlastní národní ekonomiky. K realizaci této ochrany dochází za pomoci různých obchodně-politických opatření, která mají za úkol uchránit vnitřní trh dané země před konkurencí ze zahraničí, tedy před přílišným dovozem zahraničního zboží a naopak mají podpořit vývoz domácí produkce tím, že vývozcům poskytují zvláštní výhody (Neumann et al., 2010).

Protekcionismus by mohl být charakterizován jako politika usměrňování exportu a importu. Nejčastěji používanými nástroji jsou dovozní cla, kvóty a netarifní opatření, zpravidla technické překážky, které podmiňují uskutečnění směny splněním určitých podmínek vztahujících se k výrobku, popřípadě i k výrobcí. Naopak k podpoře vývozu ze země se užívá vývozních subvencí a prémie, státních úvěrů a záruk.

Hlavními cíli protekcionismu jsou především podpora domácí výroby, která má v zemi udržet pracovní místa a vysokou zaměstnanost. Ačkoliv je udržována vyšší zaměstnanost a produkce v dané zemi, je tomu dosahováno na úkor zahraničních ekonomik. Proto mají protekcionistická opatření na zaměstnanost krátkodobý účinek. Po určité době nastane tlak a dojde k jejich zrušení nebo k odvetným opatřením ostatních zemí.

Protekcionismus jen krátkodobě udrží zaměstnanost a stabilizuje produkt Z hlediska celosvětového produktu omezuje prosazování mechanismu komparativní výhody a tudíž i maximalizaci celosvětového produktu. Protekcionismus znemožňuje volný obchod a zvýhodňuje jen některé země (Cihelková et al., 2008).

Liberalismus představuje volný obchod, za podmínek stanovených zákonnými předpisy. Liberalizace znamená uvolnění určitých omezení. V případě liberalizace zahraničního obchodu se tedy jedná o uvolnění státních omezení pro dovozy a vývozy dané země jako jsou cla, kvóty, vývozní dotace a další netarifní bariéry. Takto se daná ekonomika přibližuje (podle míry omezení) stavu volného obchodu. Liberalizace se tak může projevit

v poklesu cel, zrušení ostatních necelních bariér jako jsou kvóty a dovozní licence, nebo alespoň v částečném uvolnění těchto opatření.

Termín svobodný obchod se začal používat výhradně ve spojení s mezinárodním obchodem. Jeho význam je však poněkud širší. Obecně lze jakoukoliv oboustranně dobrovolnou směnu, které není v jejím průběhu bráněno, značit za svobodný obchod. Na poli mezinárodního obchodu by tedy bylo přesnější mluvit o svobodném mezinárodním obchodě, který je charakterizován absencí vměšování státu, resp. státních institucí, do svobodné směny subjektů na mezinárodní úrovni (Holman et al., 2005).

### 2.2.1 Merkantilismus

Podle Holmana (2005) byl merkantilismus prvním uceleným směrem v ekonomii. K největší rozkvětu merkantilismus došlo v době, kdy byl ve Francii ministrem financí Jean Baptiste Colbert<sup>1</sup>, tedy v druhé polovině 17. století. Merkantilismus opustil myšlenky předkřesťanských a křesťanských filosofů a zaměřil se na hájení zájmů národního státu.

Merkantilisté postavili svoji filosofii na myšlence, že moc státu závisí na množství drahých kovů, které má země k dispozici. Hromadění drahých kovů, neboli peněz ve formě drahých kovů, pak přizpůsobili zbytek svého myšlení. Podporovali vývoz zboží a snažili se bránit jeho dovozu. V menší míře se o totéž pokoušeli dokonce i v oblasti vývozu a dovozu služeb.

Země se snažila, aby vývoz jejího zboží (a služeb) trvale převyšoval dovoz zboží (a služeb). Převažuje-li v zahraničním obchodě vývoz zboží nad dovozem zboží, hovoříme o *aktivní obchodní bilanci*. Za vyvážené zboží plynuly do země platby v podobě drahých kovů. Na druhé straně, pokud se do země nic nedováželo, tyto drahé kovy v zemi zůstaly.

Tyto skutečnosti vedly k obchodnímu ochranářství, tedy k administrativním zákazům a omezování dovozu. Původní představa merkantilistů byla, že jakýkoliv dovoz je špatný, a že jakákoliv platba drahými kovy do zahraničí je nežádoucí a měla by být zakázána. Toto období se nazývá *raným merkantilismem*.

Thomas Mun dospěl k závěru, že důležitá je celková obchodní bilance, že není důležité mít aktivní obchodní bilanci s každou zemí. Stejně tak není nežádoucí dovoz surovin do země, které se pak opracované vyvezou.

---

<sup>1</sup>Jean Baptiste Colbert byl nejvýznamnější a nejznámější osobností francouzského merkantilismu. Od jeho jména je odvozena i označení francouzského merkantilismu jako *colbertismu* (Holman et al., 2005).

Uvědomoval si, že aktivní obchodní bilance zvyšuje množství peněz v ekonomice, což vede k růstu cenové hladiny a snižování cenové konkurenceschopnosti domácích výrobců. Toto období se nazývá *rozvinutý merkantilismus* (Neumann et al., 2010)

Fyziokratismus vznikl ve Francii v 18. století, tedy v době kdy v této zemi převládal merkantilismus. Určitým způsobem byl fyziokratismus reakcí na merkantilismus, když prohlásil za jedinou produktivní sféru zemědělství. Merkantilismus, který ve své pozdější formě připouštěl dovoz surovin, ruinoval francouzské zemědělství. Merkantilisté nahlíželi na potraviny, ve kterých tehdy dominovalo obilí, jako na surovinu v tom smyslu, že potrava je součástí výživy dělníků, kteří produkují práci, která zase je součástí výrobků. Fyziokraté byli stoupenci volného obchodu.

### 2.2.2 Klasická teorie

Klasická politická ekonomie vznikla na konci 18. století a vytvořila z ekonomie vědu. Za zakladatele klasické politické ekonomie je považován Adam Smith, který byl zastáncem svobodného trhu, ve svém díle používá výraz „neviditelná ruka trhu“. Sleduje-li jednotlivec své osobní blaho, je to dobrý předpoklad pro blaho státu. Smith se zabývá dělbou práce, a to nejen uvnitř jedné země, ale i mezinárodní dělbou práce (Holman et al., 2005).

Dokazuje, že na mezinárodním obchodě mohou vydělat obě obchodující strany, nejen ta, která má aktivní obchodní bilanci, jak se domnívali merkantilisté. Jedna země vyrábí s menšími náklady jedno zboží, druhá země vyrábí s menšími náklady zboží druhé, pokud je smění, získají tím obě dvě. Toto tvrzení se nazývá *teorie absolutních výhod* (Cihelková et al., 2008).

Smith dospěl k závěru, že zahraniční obchod je zdrojem růstu a bohatství, protože umožňuje efektivnější využití výrobních faktorů ve světovém měřítku. Tím následně podporuje růst výroby, která je zdrojem bohatství.

Efektu z mezinárodní směny je však možno dosáhnout i v případech, kdy absolutní výhoda je na straně jedné země ve všech směňovaných produktech. David Ricardo překonal Smithovy úvahy vycházející z teorie absolutních výhod tím, že formuloval *teorii komparativních výhod*. Tímto rozvinul klasickou teorii mezinárodního obchodu a dokázal, že možnosti mezinárodního obchodu jsou mnohem větší než předpokládal Smith. Ekonomické důvody pro mezinárodní obchod existují i tehdy, má-li jedna země absolutní výhodu při výrobě všech statků, jestliže se ostatní země specializují na výrobu toho statku, který je pro každou zemi relativně levnější (Cihelková et al., 2008).

O *komparativních výhodách* hovoříme v případě, že se každá země specializuje na výrobu a vývoz těch statků, které může vyrábět s relativně nižšími náklady (kde je relativně efektivnější než jiné země), a naopak dováží ty statky, které vyrábí s relativně vyššími náklady (kde je relativně méně efektivní než jiné země). Komparativní výhody umožňují rozvoj mezinárodního obchodu mezi zeměmi s různou úrovní vyspělosti.

Adam Smith a David Ricardo ve své teorii neřešili otázku rozdělení přínosů z obchodu mezi země, tedy v jakém směnném poměru směňují jednotlivé země svá zboží. Touto problematikou se zabýval podrobněji teprve až John Stuart Mill, který byl tvůrcem *teorie mezinárodních směnných poměrů*.

Zjistil, že mezinárodní hodnota zboží se pohybuje v hranicích určených národními pracovními náklady a konkrétní hodnota zboží je určena až vzájemnou poptávkou obou zemí po nabízeném zboží. Oklikou tak objevil, že (mezinárodní) hodnota zboží je určena náklady (nabídkou) a poptávkou. Millovo vysvětlení mezinárodního směnného poměru se opírá o rovnováhu tzv. reciproční poptávky. Velikost mezinárodního směnného poměru ovlivní rozdělení celkového přínosu z mezinárodní dělby práce mezi obchodující země (Holman et al., 2005).

### 2.2.3 Neoklasická teorie

Neoklasičtí představitelé, kromě toho, že se orientují na stranu poptávky, se liší od svých předchůdců hlavně v zavržení teorie pracovní hodnoty jako podstaty ceny zboží. Zásadním argumentem je fakt, že zboží se nevyrábí jen pomocí práce, ale také pomocí dalších výrobních faktorů – kapitálu nebo půdy.

První kdo nahradil teorii pracovní hodnoty byl *teorie alternativních nákladů*. Za autora je považován Haberler, který zaměnil teorii pracovní hodnoty za mezní přístup. Tento přístup říká, že cena zboží je dána mezními náklady. Ty jsou pak určeny vztahem mezi mezním zvýšením výroby jednoho výrobku a vyvolaným snížením výroby druhého výrobku. Obchod mezi zeměmi je výhodný pro obě strany, jestliže jejich národní substituční náklady a jim odpovídající národní směnné poměry se navzájem liší a mezinárodní směnný poměr se pohybuje mezi nimi (Neumann et al., 2010).

V *modelu vybavenosti* hovoříme o komparativní výhodě v určitém výrobním faktoru na základě jeho relativně větší vybavenosti. Za autory tohoto modelu jsou považováni Eli Heckscher a Bertil Ohlin. Heckscherův-Ohlinův model předpokládá, že se mezi odvětvími mohou přesouvat různé výrobní faktory, nejen práce. Za základ specializace zemí a mezinárodního obchodu je považován rozdíl ve vybavení zemí výrobními faktory, tj. půdou,

prací a kapitálem. Vybavenost země jednotlivými výrobními činiteli (v různé míře a různém poměru) ovlivňují ceny výrobních faktorů. Cena toho činitele, kterého má země dostatek, je nízká a naopak cena činitele, kterého nemá dostatek je vysoká. Cena výrobních faktorů potom ovlivňuje zahraniční obchod země. Heckscherův-Ohlinův model ze svých předpokladů vyvozuje, že země se ve výrobě a vývozu přiklání ke specializaci na komodity, jejichž výroba je náročná na ten faktor, jímž jsou tyto země relativně lépe vybaveny (Neumann et al., 2010).

Následovníkem Heckscherova-Ohlinova modelu byl americký profesor Samuelson, který tuto teorii rozšířil. A společně s Stolperem se stali autory Stolperova-Samuelsonova teorému. Podle tohoto teorému se v zemi po zapojení do mezinárodního obchodu změní ceny výrobních faktorů i ceny vyráběného zboží. Tedy výroba statků, náročných na v této zemi relativně hojný výrobní faktor (tyto statky se budou vyvážet) a naopak se sníží výroba statků, náročných na v této zemi relativně vzácné výrobní faktory (tyto statky se budou dovážet). Poptávka po hojném výrobním faktoru se pak v této zemi zvýší a tím také vzroste jeho cena. Naopak poptávka po vzácných výrobních faktorech se sníží a tím také poklesne jejich cena.

Jako další neoklasickou teorii můžeme uvést *teorii technologické mezery*, kterou vytvořil Posner. Podle této teorie jsou pro vývoz velmi významné inovace. Výrobce, který vytvoří nové výrobky, získá dočasný monopol, což mu umožňuje lepší přístup na zahraniční trhy. Vyšší zisky původního výrobce, ale vedou k napodobování ze strany ostatních, čímž původní výrobce ztrácí komparativní výhodu. Působením inovací dochází k dočasné technologické mezeře mezi původním výrobcem a ostatními (Neumann et al., 2010).

Na teorii technologické mezery navazuje *teorie výrobního cyklu*, jejímž autorem je Raymond Vernon. Podle této teorie, vysvětlované především z pozice amerických korporací, prochází výroba nového výrobku třemi fázemi, a to úvodním stupněm, stupněm dospívání a stupněm standardizace. V úvodním stupni měly americké korporace monopolní výhodu založenou na technické převaze. Postupně se však technické znalosti šíří do zahraničí potencionálním konkurentům. Znakem druhé fáze je, že původní výrobce ztrácí komparativní výhodu spočívající v technické převaze. Výhodu naopak může získat výrobce v zahraničí, především proto, že má nižší výrobní náklady hlavně na pracovní sílu. Třetí fází je standardizovaný stupeň. Výroba se stala běžnou a komparativní výhoda se přesouvá do ekonomik s relativně méně kvalifikovanou pracovní silou s nižšími mzdami, především do rozvojových zemí (Neumann et al., 2010).

## 2.3 Nástroje vnější hospodářské politiky

Prudký vývoj mezinárodního obchodu si vynutil státní zásahy do zahraniční obchodní politiky. Dříve toto vměšování ze strany státu představovalo ochranu domácí výroby vůči zahraniční konkurenci. V současné době má státní intervence obecné ekonomické účinky. Všechny země jsou více nebo méně zapojeny do mezinárodní dělby práce díky zahraničnímu obchodu, proto se musí rozhodnout, jak velkými státními zásahy budou tento obchod regulovat.

Nástroje obchodní politiky ovlivňují objem, teritoriální a zbožovou strukturu zahraničního obchodu. Pod pojmem nástroje si můžeme představit veškerá opatření, které můžeme používat k zásahům do vnější hospodářských vztahů. Přestavují tedy soubor zákonů, patření a pravidel, které nazýváme jako zahraničněobchodní politika. Její úspěšnost se projeví v platební bilanci země.

Existuje mnoho hledisek pro jejich členění. Jedním z nejznámějších je pak třídění na nástroje autonomní a smluvní (Beneš et al., 2004).

### 2.3.1 Autonomní nástroje

Autonomní nástroje představují jednostranná opatření státu ve vztahu k partnerským zemím. Jsou historicky starší, jejich význam se však postupně snižuje ve prospěch smluvních nástrojů. Autonomní nástroje můžeme rozdělit na nástroje k podpoře vývozu, omezení dovozu a k podpoře přímých zahraničních investic. Autonomní prostředky mohou působit pasivně nebo aktivně (Svatoš, 2009).

Hlavním úkolem autonomních prostředků pasivních je omezit nebo úplně odstranit přístup zahraničních výrobků na domácí trh. Mezi tyto prostředky řadíme cla, kvantitativní restrikce, licenční řízení a devizové restrikce.

**Cla** jsou poplatky vybírané při přechodu přes celní hranice státu. Stát, nebo skupina států je používá jako tzv. ochranářský prostředek (aby ochránil svůj vnitřní trh před zbožím z okolních zemí), jako prostředek ekonomické formy politického boje a v neposlední řadě jako prostředek, jak získat peníze. Autonomní clo je stanoveno rozhodnutím státu nezávisle na mezinárodní smlouvě.

Clo můžeme rozdělit z hlediska účelu na cla fiskální, ochranářská a zvláštní. Účelem **fiskálních cel** je především zajistit příjem do státního rozpočtu. Toto clo odpovídá spotřební dani a významně ovlivňuje konečnou cenu vybraného zboží. **Ochranářské clo** má chránit domácí trh před zahraniční konkurencí. Toto clo může být tak vysoké, že může dojít k úplnému přerušení dovozu, to je pak nazývané jako prohibitivní clo. **Zvláštní cla** můžeme

rozdělit na diferenční, vyrovnávací, preferenční a kompenzační. Diferenční clo je uvaleno na zboží dopravované na zahraničních lodích. Preferenční clo představuje celní zvýhodnění některých zemí, a to na základně mezinárodních úmluv apod. Vyrovnávací clo se nazývá jako antidumpingové. Je to dodatečné platba, která je uvalena na zboží, jehož cena je nižší než je běžná cena v zemi vývozu (dumping) a tím by mohlo dojít k poškození výrobce. Kompenzační cla mají za účel vyrovnat sníženou cenu dováženého zboží, které je zahraniční vládou subvencováno (např. zemědělská produkce apod.).

Další dělení cel je z hlediska pohybu zboží na cla vývozní, dovozní a tranzitní. **Vývozní clo** je uvalené na vyvážené zboží a není příliš běžné, týká se především strategických komodit, například ropy. Má především funkci fiskální. **Dovozní clo** se platí za dovážené zboží. Je nejběžnější a nejčastější. Přestavuje nejznámější nástroj pro ochranu domácího trhu. Má tedy především funkci ekonomickou (ochrana domácího trhu) a fiskální. **Tranzitní clo** se platí za zboží, procházející územím státu. V dnešní době jsou už tato cla zrušena, dříve se uplatňovaly zejména v období feudalismu.

Z hlediska výpočtu celní dávky dělíme cla na specifická, valorická a smíšená. **Specifická cla** jsou velmi jednoduchá, protože se počítají z váhy. Je tedy stanovena pevná částka na určitou fyzickou jednotku. **Valorická cla** se počítají jako procentní sazba k nějaké ceně, respektive hodnoty zboží (většinou se jedná o cenu, u které už je započítaná doprava, pojištění a ostatní náklady). **Smíšená cla** představují složité výpočty. Hodnota cla se počítá jako kombinace předešlých zmíněných. Snaží se využít výhody nebo nevýhody specifických či valorických cel (Fojtíková, 2009).

Dalším pasivním autonomním prostředkem je **kvantitativní restrikce**. Tento prostředek slouží k ovlivnění zbožíové struktury zahraničního obchodu. Představuje množstevní omezení dovozu, tedy zakazuje dovoz nad stanovené množství. Zpravidla se na toto zboží uděluje licence (jsou vázané na licenční řízení). Prostřednictvím kvantitativní restrikce může stát nejen omezit dovoz nebo vývoz, ale zvýhodňovat vybrané země.

**Licenční řízení** jsou úzce spjata s kvantitativní restrikcí. Licence můžeme rozdělit na automatické a specifické. Automatické licence jsou používány u základního zboží a vydávají se do stanové výše. Specifické licence povolují každý dovoz zvlášť. O licenci žádá dovozce, někdy i vývozce. Nevyžaduje se u zboží, které je liberalizováno a u zemí, která má problém s platební bilancí, je udělení licence spjata s úhradou finanční částky, která znamená zdražení dovozu.

**Devizové restrikce** jsou typické pro státy s devizovým monopolem. Vývozce nabídne svůj devizový výnos bankám, které stát zplnomocní k hospodaření s těmito prostředky.

Dovozce musí žádat u bank o devizový příděl pro krytí svých závazků. Tento prostředek mimo jiné vypovídá o devizových rezervách dané země a o stavu její platební bilance (Beneš et al., 2004).

Existuje velká řada možností, kterými stát ovlivňuje snahu svých podniků v jejich vývozním úsilí, těmto říkáme autonomní prostředky aktivní. Tyto možnosti mohou být tolerovány z hlediska etiky mezinárodního obchodu, ale také existují nástroje, které jsou s tímto v rozporu, ale i přesto se uplatňují.

Stát může své podniky podporovat přímo nebo nepřímo. Přímá metoda je považovaná za neetickou, protože spočívá ve vyplácení dotací. Proto je častěji uplatňována metoda nepřímá. Nepřímá podpora představuje snížení nákladů, které podnikům vznikají. Stát tak může učinit například bezplatným poskytováním služeb nebo převzetím části rizika, které podniku vzniká.

Mezi nepoužívanější nástroje na podporu vývozu patří vývozní subvence, vývozní prémie, úvěrování vývozu, státní záruky na úvěr, podpora výstav a veletrhů. **Vývozní prémie** je příspěvek, který poskytují některé státy vývozcům určitého zboží nebo také za vývozy do určitých devizových oblastí. Vyplácí se buď přímo nebo nepřímo. Nejčastěji se používá nepřímá forma vývozní prémie, která představuje určité daňové úlevy, vrácení daně či celních poplatků apod. Tímto stát pomáhá domácím podnikům zvýšit konkurenční schopnost na zahraničních trzích.

**Úvěrování vývozu** představuje poskytování úvěru na vývoz. Vývoz některých zemí je podmíněn poskytnutím úvěru, což v současné době představuje standardní obchodní záležitost. Ovšem celá řada zemí je, pak označovaná za rizikové země. To znamená, že vývoz do těchto zemí může být spojen s rizikem. Úvěry dělíme na krátkodobé (do 12 měsíců), střednědobé (3 – 5 let) a dlouhodobé (10 – 15 let, výjimečně 30 - 50 let).

**Státní záruky na úvěr** je prostředek sloužící pro krytí podnikatelského rizika domácích firem. Tento nástroj představuje krytí podnikatelského rizika státem nikoliv zapůjčením prostředků. Stát tak poskytne pojištění dlouhodobého úvěru odběrateli v zahraničí na účet státního rozpočtu proti politickým a úvěrovým rizikům.

Mezi desítky dalších prostředků či nástrojů, jimiž stát aktivně pomáhá domácím firmám prosadit se na zahraničních trzích patří také různé **institute** či **podpora propagace** aj. Propagace je stejně jako úvěr nástroj pro uplatnění domácích výrobků na zahraničních trzích. Stát se tedy snaží prezentovat své subjekty v zahraničí, prostřednictvím státních výstav apod. (Beneš et al., 2004).



### 2.3.2 Smluvní nástroje

Smluvní prostředky jsou uplatňovány v dvoustranných a mnohostranných ekonomických vztazích. Těmito nástroji je regulován obchod mezi dvěma nebo více státy na základě vzájemné dohody. Představují souhrn smluv, dohod a ujednání. Mezi nejpoužívanější patří obchodní smlouvy, platební dohody, úvěrové dohody. Za novější prostředky považujeme dohody o vědecko-technické spolupráci, o technické pomoci a vyloučení dvojího zdanění a další.

Subjekty většinou bývají státy. V některých případech to také mohou být dohody mezi bankami. Ve smlouvě země mezi sebou upravují obchodní režim a je v nich stanoveno množství a způsob používaných autonomních prostředků.

Smluvní ujednání musí respektovat závazky státu v mezinárodních organizacích hospodářského charakteru a v integračních seskupeních. Dále musí respektovat obecné principy mezinárodního práva (Krpec et al., 2011).

Dvoustranná obchodní politika se uskutečňuje buď přímo nebo prostřednictvím doložek. V obchodním smlouvách se můžeme setkat s třemi typy doložek, a to reciproční, paritní a doložka nejvyšších výhod.

**Reciproční doložka** spočívající v závazcích smluvních států poskytnout si navzájem (tj. i svým příslušníkům) určité ohraničené výhody či ústupky, které jsou z obou stran stejné (rovnocenné), upravuje zejména právní režim v obchodu a dopravě. Má výrazně bilaterální a preferenční charakter, je v rozporu s doložkou nejvyšších výhod a vůči ostatním zemím má diskriminační povahu.

**Paritní doložka** spočívá v závazcích smluvních států nakládat s příslušníky jiného smluvního státu jako s vlastními občany (právníckými osobami). Paritní doložka je někdy nazývána také jako nacionální.

**Doložka nejvyšších výhod** je ustanovení v mezinárodní smlouvě, kterým se smluvní strany zavazují poskytnout si v dané oblasti minimálně stejné výhody, které před uzavřením smlouvy poskytnuli jiným státům, nebo kdykoliv po uzavření smlouvy třetím státům poskytnou. Podstatou je vyloučit vzájemnou diskriminaci smluvních stran.

Týkají se především celních sazeb a objemu kontingentů. Udělení doložky je často podmíněno nejen ekonomickými, ale i politickými hledisky (Fojtíková, 2009).

Mezi mnohostrannou obchodní politiku řadíme multilaterální smlouvy jako mezinárodní surovinové dohody, smlouvy o integračním seskupení a všeobecná dohoda o clech a obchodu. Mnohostranná obchodní politika představuje členství v mezinárodních

organizací hospodářského charakteru. Tyto organizace mohou výrazně ovlivňovat autonomní prostředky obchodní politiky každé členské země (Beneš et al., 2004).

Smlouvy o integračním seskupení se uzavírají především z ekonomických důvodů. V posledních desetiletích roste jejich významný vliv na zahraniční obchod. Malé státy zjišťují, že je velmi výhodné koordinovat hospodářskou politiku prostřednictvím integračního seskupení.

Úkolem mezinárodních surovinových dohod je stanovit pravidla mezi hlavními světovými producenty a odběrateli. Existují mezinárodní dohody o kávě, kakau, cínu, kaučuku atd. Dále existují organizace s komplexním zaměřením, které jsou typické svou univerzálností. Nejznámější je Organizace spojených národů (OSN).

## **2.4 Proexportní politika**

Proexportní politika je velmi významná hlavně u malých zemí s omezenou kapacitou vnitřního trhu. Tato politika je součástí zahraničně-obchodní politiky. Představuje souhrn zásad a prostředků, kterými vlády uspořádají obchodní vztahy s ostatními zeměmi. Kromě podpory domácí výroby, se také státy snaží různými opatřeními stimulovat vývoz domácích výrobků. V mezinárodním obchodě existují tarifní a netarifní překážky a představitelé státu se je svými zásahy snaží zmírnit nebo odstranit. Vlády se proto mimo jiné snaží poskytovat co nejvíce kvalitních informací o příležitostech a rizicích v jiných zemích. Mnohdy nabízejí i přímé finanční dotace na úhradu nákladů spojených s pronikáním na cizí trhy. Mezi standardní nástroje na podporu vývozu patří již zmiňované autonomní prostředky aktivní.

Pro všechny metody podpory exportu je společné, že z peněz daňových poplatníků jsou podporovány vybrané podniky. To je vždy výhodné pro podniky, které na subvenci dosáhnou. V důsledku tyto podpory mohou nastartovat hospodářský růst tím, že umožní expanzi podnikům, které by vlastními silami na zahraniční trhy nepronikly. Pokud jsou však špatně nastavena pravidla pro poskytování podpor a dotací, prostředky se dostanou například pouze k firmám, které je nepotřebují.

Za formu státní podpory vývozu lze vlastně považovat už monopol zahraničního obchodu. Monopolní státní vývozní organizace financovaly výrobu a následně vývoz domácích výrobků. Jednalo se zejména o zemědělské suroviny, kdy stát vykupoval za pevně stanovené ceny zemědělské výrobky, které potom vyvážel. Dále byly monopolně vyváženy některé ze základních surovin, které mají zpravidla klíčový význam pro ekonomiku země (Beneš et al., 2004).

Proexportní politiku provádí stát sám a instituce, které jsou za tímto účelem zřizovány. Mezi instituce podporující vývoz řadíme zastupitelské úřady v zahraničí a agentury pro zajišťování vývozu. Zastupitelské úřady v zahraničí se zabývají oblastí ekonomického zpravodajství a analýzami obchodních příležitostí pro firmy z mateřské země. Agentury pro zajišťování vývozu prosazují domácí výrobky v zahraničí.

Pravděpodobně první agenturou pro zajišťování vývozu na světě byla Istituto di Commercio Estere, která vznikla před druhou světovou válkou v Itálii. V současné době má podobné instituce většina zemí na světě, vyspělých i rozvojových. Jsou většinou financovány ze státního rozpočtu, v některých zemích se připouští i spolufinancování těchto agentur z prostředků jednotlivých zájmových svazů nebo firem.

## **2.5 Dílčí shrnutí**

Tato kapitole se zabývala teoretickou částí proexportní politiky. Uvedla zahraniční obchod jako směnu zboží či služeb různých subjektů určitého státu v rámci celého světového hospodářství, kde pro jeho hodnocení používá různé faktory jako efektivnost, proporcionalita aj. Rozdělila přístupy k mezinárodní obchod na dva druhy. První liberální, který představuje uvolnění určitých omezení a druhý protekcionistický, jehož úkolem je ochrana a podpora národní ekonomiky.

Dále shrnula různé směry, kterými se zahraniční obchod po staletí ubíral. Na samém počátku to byl merkantilismus se svou filozofií postavenou na myšlence, že moc státu závisí na množství drahých kovů, které má země k dispozici. Snažili se podpořit vývoz a omezit dovoz zboží, protože za něj museli platit drahými kovy. Pak od toho myšlení upustili, že není nežádoucí dovoz surovin, které se pak opracované vyvezou. Po merkantilistickém učení přišla klasická politická ekonomie se svou teorií absolutních a komparativních výhod, které byly doplněny o teorii mezinárodních poměrů. A nakonec vystoupili neoklasičtí představitelé orientovaní na stranu poptávky, kteří zavrhlí teorii pracovní hodnoty jako podstatnou cenu zboží. Argumentovali, že zboží se nevyrábí jen pomocí práce, ale také díky kapitálu nebo půdě a na tomto základě vytvořili řadu nových modelů.

Závěr této kapitoly podrobně formuloval nástroje vnější hospodářské politiky jejichž úspěšnost se projeví v platební bilanci země. Existuje velká škála hledisek pro jejich členění, zde máme uvedeno třídění na autonomní a smluvní. Na toto rozdělení výklad o proexportní politice, která představuje souhrn zásad a prostředků, kterými vlády uspořádají obchodní vztahy s ostatními zeměmi.

### 3 Proexportní politika České republiky

Účinná exportní politika musí mít ambici přispívat ke zvyšování konkurenceschopnosti domácích firem a k prosazování obchodně – ekonomických zájmů země v zahraničí. Musí být dominantní součástí hospodářské politiky vlády pro podporu hospodářského růstu.

Až do roku 1997 v ČR jednotná koncepce proexportní politika neexistovala. Mezi první organizace v historii ČR, které se zabývaly zahraničním obchodem a vnějšími vztahy, byly v dobách socialismu tzv. Výsadní společnosti. Tyto organizace pak byly přejmenovány na Podniky zahraničního obchodu (PZO) nebo Organizace zahraničního obchodu<sup>2</sup>. S jejich pomocí mohly podniky vyvážet své zboží, protože vzhledem k tehdejší monopolizaci zahraničního obchodu státem nebyl možný přímý kontakt se zahraničními partnery. Na bývalé PZO dnes panuje velmi špatný názor, určité klady jim, ale nelze upřít. Mezi pozitiva PZO můžeme zařadit, že se tyto organizace skládaly z profesionálů s dobrými znalostmi o zahraničně-obchodní problematice, jazykovými dovednostmi a propracovanou distribuční sítí (Beneš et al., 2004).

Po změně politického režimu v roce 1989 byly PZO zrušeny nebo přeměněny na akciové společnosti. Proexportní politika se v této době zakládala na transformačních změnách, které vytvořily podnikatelům podmínky pro vznik zahraničněobchodních aktivit. Dále se na tomto podílelo schválení obchodního zákoníku.

Ani v roce 1993, po rozdělení Československé republiky, se čeští vývozci nedočkali významných změn. Díky euforii z probíhající transformace a také nedostatkem zkušeností nebyla věnována podpoře exportu příliš velká pozornost. Jediným nástrojem, který podporoval a stimuloval český vývoz, byl měnový kurz. Silně devalvovaná koruna, která byla uměle udržována v rámci fixního kurzu české výrobky zlevňovala a tím jim přinášela konkurenční výhodu na zahraničních trzích (Fojtíková, 2009).

K prvním pozitivním změnám v rámci proexportní politiky došlo v letech 1994 a 1995. Důvodem bylo narůstající saldo obchodní bilance ČR, které začalo negativně působit na platební bilanci ČR a odradilo zahraniční investory. V roce 1995 bylo založeno několik institucí pouze pro proexportní činnost. Jmenovitě se jednalo o agenturu CzechTrade, Českou exportní banku, Česká centra v zahraničí a agenturu CzechInvest. V roce 1995 byl schválen zákon č. 58/1995 Sb. o pojišťování a financování vývozu se stání podporou, ve znění

---

<sup>2</sup> Byly zakládány federálním ministerstvem zahraničního obchodu jako socialistické hospodářské organizace, které provádí svou činnost samostatně na základě státního plánu hospodářského a sociálního rozvoje.

pozdějších předpisů, který dále rozšířil působnost již existující proexportní instituce Exportní garanční a pojišťovací společnosti. Tento zákon také podpořil vznik České exportní banky.

Zlomovým okamžikem v historii proexportní politiky se stal rok 1997, kdy byla poprvé vytvořena Ministerstvem průmyslu a obchodu strategie proexportní politiky. Tato koncepce pak byla v roce 1999 na základě připomínek Parlamentu ČR a požadavků podnikatelů přepracována do novější podoby, zahrnující prvky, které jsou páteří exportní strategie ČR dodnes.

V roce 2004 Česká republika vstoupila do Evropské unie, což ale výrazně nezměnilo proexportní politiku. I nadále je podpora exportu v rukou ČR, avšak tímto vstupem jsme se zavázali k dodržování společně obchodní politiky.

### **3.1 Institucionální podpora exportu**

Pro Českou republiku jako malou, otevřenou ekonomiku hraje zahraniční obchod velkou roli. Stát aktivně přispívá k perspektivnímu vývoji a růstu exportu své země, snaží se vytvářet příznivé podmínky pro vývozce a odstraňovat překážky, které se jim mohou postavit do cesty v procesu mezi výrobou a umístěním zboží na zahraniční trhy či ke konečnému spotřebiteli. Toto ČR provádí prostřednictvím orgánů státní správy a různých organizací, za tímto účelem zřízených. (Beneš et al., 2004)

#### **3.1.1 Ministerstvo průmyslu a obchodu**

Ministerstvo průmyslu a obchodu (MPO) úzce spolupracuje s ministerstvem zahraničních věcí (MZV) a dalšími proexportními institucemi. Společně s MZV koordinuje zahraničněobchodní politiku ČR a má řídicí úlohu v rámci proexportní politiky ČR. Za tímto účelem MPO podporuje odstranění tarifních a netarifních bariér vývozu. Zpracovává zahraničně obchodní strategii. Podílí se na obchodně – diplomatických aktivitách a na řízení státní proexportní politiky.

Ministerstvo podporuje financování a pojištění vývozu a adresnou rozvojovou pomoc. V rámci těchto činností úzce spolupracuje s Exportní garanční a pojišťovací společností a Českou exportní bankou. Dále podporuje informační činnost, poradenství, asistenční a odborné vzdělání. V této oblasti MPO spolupracuje především s CzechTrade, CzechInvest, Agenturou pro rozvoj podnikání, Správou českých center, Českou centrálou cestovního ruchu a dalšími institucemi.

V neposlední řadě se zabývá propagací a prezentací českých podniků a subjektů v zahraničí a dalšími opatřeními a nástroji, které mají často dočasný charakter, avšak slouží

k podpoře jednotlivých proexportních opatření. MPO v rámci svých pravomocí organizuje na vybraných mezinárodních veletrzích a výstavách finančně zvýhodněnou prezentaci českých vystavovatelů (Ministerstvo průmyslu a obchodu, 2010)

### 3.1.2 Ministerstvo zahraničních věcí

Ministerstvo zahraničních věcí (MZV) je především orientováno na prosazování záměrů a opatření hospodářské politiky v bilaterálních vztazích, v integračních seskupeních a na úrovni mezinárodních ekonomických organizací. Při svých jednáních se MZV snaží co nejlépe využít možnosti plynoucích ze vstupu České republiky do EU. Mimo jiné také dbá na uplatňování českých ekonomických zájmů.

MZV společně s MPO má na starosti řízení zastupitelských úřadu (ZÚ) v zahraničí. Zastupitelské úřady a jejich obchodně ekonomické úseky zastávají ve vykonávání zahraničněobchodní politiky ČR stěžejní roli. Hlavním úkolem ZÚ v zahraničí je vytvářet příznivé podmínky pro rozvoj vnějších ekonomických vztahů České republiky s danou zemí a pomoci při zajišťování technických a organizačních aspektů při prosazování vývozních zájmů českých podnikatelských subjektů na zahraničních trzích. Konkrétněji se jedná o zajištění kontaktů na potenciální obchodní partnery a následnou asistenci při jejich navazování, doporučení obchodních komor, poskytování informací o zakázkách či soutěžích na daném území, lobování za zájmy českých podnikatelských subjektů a podporu firem při veletrzích a výstavách (Ministerstvo zahraničních věcí ČR, 2001).

MZV řídí obchodně ekonomické úseky zastupitelských úřadů (OEÚ ZÚ). Společně s MPO vypracovali strategii popisující fungování spolupráce mezi OEÚ ZÚ a podnikatelskými subjekty. Tato koncepce se nazývá „*Zásady spolupráce ZÚ ČR s českými podnikatelskými subjekty v obchodně ekonomické oblasti*“. Jejím cílem je zajistit českým exportérům informace o rozsahu a formách pomoci a podpory ze strany ZÚ v teritoriu. Účelem je zefektivnění a urychlení spolupráce a také úspora času a nákladů podnikatele (Ministerstvo zahraničních věcí ČR, 2011).

MZV také zřídilo svou příspěvkovou organizaci nazývanou Česká centra. Jejich hlavním úkolem je propagovat Českou republiku v zahraničí, tedy prosazují českou kulturní scénu na mezinárodním poli a aktivně podporují vnímání ČR ve světě jako moderní a kreativní země s bohatou kulturní tradicí. Působí až na jednu výjimku (České centrum v Praze) v zahraničí a představují síť 21 center. Jejich činnost je zaměřena na oblasti kulturní propagace ČR přes vzdělávání, informační služby, obchod, cestovní ruch až k rozvíjení ekonomických vztahů (Česká centra, 2010).

### 3.1.3 Exportní garanční a pojišťovací společnost, a.s.

Exportní garanční a pojišťovací společnost, a.s. (EGAP) vznikla v červnu 1992 jako státní úvěrová pojišťovna se zaměřením na pojišťování vývozních úvěrů proti teritoriálním a tržně nepojistitelným komerčním rizikům spojeným s vývozem zboží a služeb z České republiky. Společnost EGAP se stala součástí systému státní podpory exportu a poskytuje pojišťovací služby všem vývozcům českého zboží, služeb a investic bez rozdílu jejich velikosti, právní formy a objemu pojištěného vývozu.

EGAP je akciovou společností ve vlastnictví státu. Správu nad touto společností vykonávají Ministerstvo financí ČR, Ministerstvo průmyslu a obchodu, Ministerstvo zahraničních věcí a Ministerstvo zemědělství.

Posláním EGAP je poskytovat úvěrové pojištění se státní podporou a pomáhat tak českým exportérům, investorům a jejich bankám v situaci, kdy pro rizika spojená s financováním vývozu nebo zahraniční investice nenajdou pojištění na trhu. A to je především v případech vývozu velkých investičních celků, energetických, strojních a technologických zařízení či dopravních staveb a investic na úvěr se splatností delší než dva roky. EGAP se řídí souborem pravidel OECD a EU, omezujících státní podporu exportu jen na produkty a teritoria, v nichž komerční úvěrové pojišťovny nemají zájem působit, tedy především na střednědobé a dlouhodobé exportní úvěry a na teritoria s vyšší mírou politického rizika. Tato pravidla rovněž zajišťují, že si vývozci z jednotlivých zemí nemohou konkurovat rozsahem státní podpory, ale výlučně kvalitou a cenou zboží a služeb.

Rizika, které ohrožují úhradu pohledávky českého vývozce u zahraničního dlužníka, mohou být dvojího druhu, a to teritoriální (politická) nebo komerční. **Teritoriální rizika** ohrožují splatnost zahraničních pohledávek českých vývozců. Omezující výnosnost zahraničních investic českých podnikatelských subjektů plynou z politické, finanční a makroekonomické situace země zahraničního dlužníka a mají z hlediska obchodních partnerů povahu vyšší moci. Jedná se například o občanské války, revoluce, povstání, občanské nepokoje, odebrání dovozní nebo vývozní licence, embargo, přírodní katastrofa aj. **Komerční rizika** pak plynou z ekonomické a finanční situace kupujícího. Jde zejména o platební neschopnost kupujícího, platební nevůli apod.

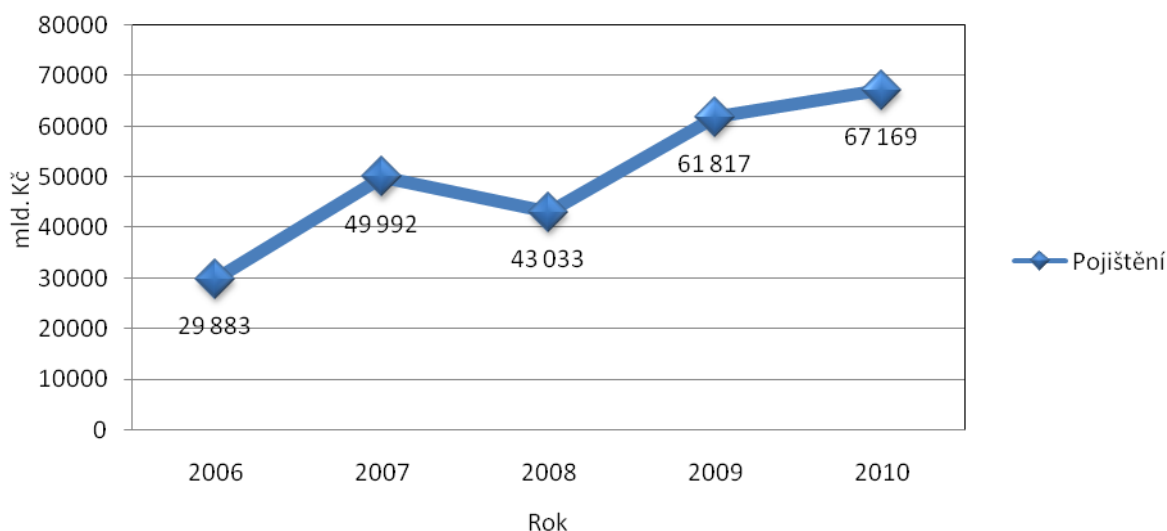
EGAP úzce spolupracuje s komerčními bankami. Pojištění vývozního úvěru u EGAP usnadňuje vývozcům získat potřebné finanční prostředky od bank neboť se pro tyto banky výrazně snižuje riziko spojené s financováním vývozních transakcí.

Pojištění EGAP se státní podporou je pro vývozce významné také z pohledu usnadnění přístupu k exportnímu financování, neboť je bankami akceptováno jako plnohodnotné

zajištění úvěru, které snižuje bankám náklady na tvorbu rezerv dle regulace ČNB. Tím v konečném důsledku umožňuje vývozcům úspěšně konkurovat zahraničním firmám. EGAP tak nezpochybnitelně pomáhá zvyšovat konkurenceschopnost českých vývozců na mezinárodních trzích (Exportně garanční a pojišťovací společnost, 2012b)

V Grafu (3.1) můžeme vidět vývoj pojištění se státní podporou. Můžeme si všimnout, že pojištění neustále stoupá. Výjimkou je rok 2008, kdy pojištění kleslo. To je zřejmě způsobeno celkovým oslabením v důsledku hospodářské krize. V roce 2010 EGAP dosáhl dosud nejvyššího ročního výkonu v celé dosavadní historii pojištění. Pojistili se státní podporou vývozní úvěry, bankovní záruky a zahraniční investice v hodnotě 67 mld. Kč (Exportně garanční a pojišťovací společnost, 2012a).

**Graf 3.1: Vývoj pojištění se státní podporou (v mld. Kč)**



*Zdroj: Exportně garanční a pojišťovací společnost (2012a), vlastní zpracování*

#### **3.1.4 Česká exportní banka, a.s.**

Česká exportní banka (ČEB) je specializovaná bankovní instituce pro podporu vývozu ve vlastnictví státu. Byla založena v roce 1995 s cílem poskytovat a financovat vývozní úvěry a další související služby. Od svého založení prošla vývojem, na jehož konci je schopnost poskytnout finanční služby spojené s financováním vývozu bez ohledu na výrobky, hodnotu vývozu, délku splatnosti poskytnutých úvěrů a financovat vývoz téměř do všech zemí. ČEB poskytuje výhodné úrokové sazby a objemy půjček, které by jinak byly pro vývozce v současných podmínkách jinak nedosažitelné. ČEB působí zejména v oblasti státem podporovaných vývozních úvěrů. Tím umožňuje českým exportérům vstupovat na mezinárodní trh za podmínek srovnatelných se světovou konkurencí.



Příjemcem podpory ze strany ČEB může být vývozce (právnícká osoba se sídlem v ČR, výjimečně i fyzická osoba s trvalým pobytem v ČR), či jeho zahraniční odběratel. Příjemcem některých druhů úvěrů může být také výrobce produkuje pro vývoz či český subjekt investující v zahraničí. Do těchto transakcí může vstupovat i tuzemská banka vývozce nebo zahraniční banka dovozce. Veškeré aktivity ČEB jsou plně v souladu s pravidly WTO, příslušnými doporučeními OECD a směrnicemi Evropské unie (Česká exportní banka, 2006a).

ČEB nabízí financování prostřednictvím refinančních úvěrů, přímých úvěrů a finančních služeb souvisejících s vývozem. **Refinanční úvěry** jsou poskytovány komerčním bankám působícím na území ČR, jejichž prostřednictvím je financován vývoz. **Přímé úvěry** jsou poskytovány vývozci, investorům nebo zahraničním osobám na financování vývozu a výrobcům na podporu výroby pro vývoz. Tyto úvěry se rozlišují na dodavatelské a odběratelské. Slouží především k překlenutí období od expedice předmětu vývozu do okamžiku inkasa platby za vývoz. Dále se využívají k úhradě splátek úvěru na financování výroby pro vývoz. **Finanční služby související s vývozem** zahrnují především bankovní záruky, zajišťovací operace a financování místních nákladů v zemi sídla nebo trvalého pobytu dovozce (Česká exportní banka, 2006b).

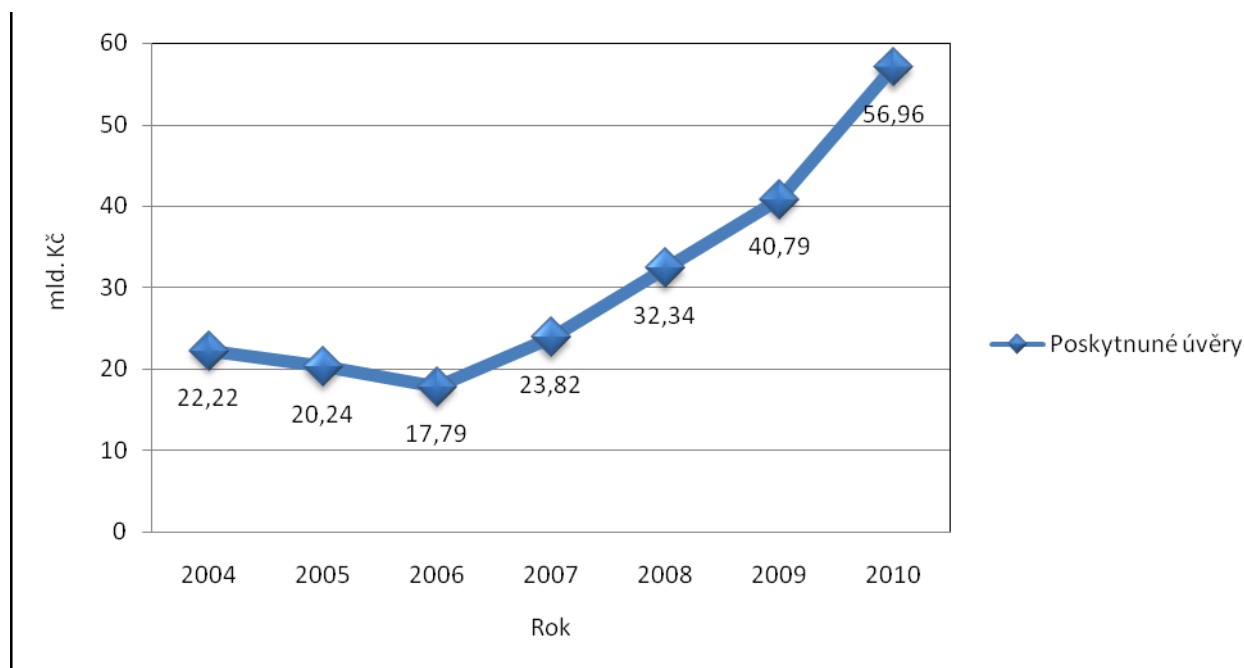
Podmínkou pro všechny úvěry je pojištění vývozce, investora, refinancující české banky nebo ČEB u EGAP. Dále musí být žadatel o financování vývozu právníckou osobou se sídlem v ČR, řádným plátcem zdravotního a sociálního pojištění, dodržovat platební kázeň při splácení komerčních úvěrů, aktivně podnikat a musí předepsaným způsobem prokázat účelovost budoucího možného využití bankovních produktů na financování vývozu.

ČEB při financování vývozu není přímo závislá na zdrojích ze státního rozpočtu. Zdroje krytí svých závazků ČEB hlavně zajišťuje na tuzemských i zahraničních finančních a kapitálových trzích. Za závazky ČEB ručí neodvolatelně a bezpodmínečně v plné výši stát. Úroková sazba poskytovaných úvěrů se většinou stanovuje nejnižší možné výši, kterou pravidla pro státem podporované vývozní úvěry dovolují.

V Grafu (3.2) můžeme vidět vývoj poskytnutých úvěrů ČEB od roku 2004. Jediný pokles, který zde můžeme sledovat je mezi roky 2005 a 2006. Ten byl vyvolán odlišným vývojem kurzů Kč vůči USD než, který ČEB předpokládala. S ohledem na to, že úvěry v USD se na celkovém stavu úvěrů podílejí téměř 59 %, tak bylo toto posílení citelné.

Až na tuto výjimku stav poskytnutých úvěrů stoupá (Česká exportní banka, 2011).

Graf 3.2: Stav poskytovaných úvěrů (v mld. Kč)



Zdroj: Česká exportní banka (2011), vlastní zpracování

### 3.1.5 Česká agentura na podporu obchodu

Česká agentura na podporu obchodu (CzechTrade) je příspěvkovou organizací Ministerstva průmyslu a obchodu ČR. Vznikla v květnu roku 1997, je vládní institucí a jejím hlavním úkolem je poskytovat služby, které stát nabízí v rámci své proexportní politiky. Vedle České exportní banky a Exportní garanční a pojišťovací společnosti tvoří jeden ze tří oficiálních pilířů české proexportní politiky (CzechTrade, 2010a).

V nabídce služeb jsou tři oblasti, a to exportní informace, exportní poradenství a vzdělávání a individuální asistence českých firmám. Zásadními službami, která se zaměřuje na zvýšení exportní schopnosti a konkurenceschopnosti českých firem, jsou služby zahraničních kanceláří. V současnosti existuje 33 zahraničních kanceláří CzechTrade s působností v 36 zemích (CzechTrade, 2010c).

Největší přínos má agentura pro malé a střední podniky, které si nemohou dovolit své vlastní zastoupení přímo v zahraničí. Českým firmám CzechTrade poskytuje, prostřednictvím

zahraničních kanceláři, především vyhledávání obchodních kontaktů, ověřování kvality zahraniční firmy, zpracovávání průzkumu trhu, zajištění prezentace nabídky zákazníkům v zahraničí apod. (CzechTrade, 2010b).

### **3.1.6 Hospodářská komora České republiky**

Hospodářská komora České republiky (HK ČR) zastupuje podnikatelskou veřejnost v ČR. Byla založena v roce 1993 a její činnost je řízena zákonem č. 301/1992 Sb. Členy HK ČR jsou malé, střední a velké podniky, které se sdružují v regionální sítě komor a v živnostenská společenství. HK ČR dle zákona podporuje všechny podnikatelské oblasti mimo zemědělství, potravinářství a lesnictví. V současné době tvoří členskou základnu více než 13 tisíc členů organizovaných v 66 regionálních a 84 oborových asociací HK ČR.

Hospodářská komora České republiky informuje o hospodářských podmínkách, ekonomickém vývoji a právních předpisech týkajících se podnikatelských aktivit. Zajišťuje hospodářský styk se zahraničím a poskytuje poradenské a konzultační služby. Dále organizuje v rámci své působnosti vzdělávací činnost, profesní vzdělání včetně rekvalifikací, spolupracuje s orgány státní správy a místních samospráv, zabezpečuje propagaci podnikatelské činnosti svých členů, navazuje a rozvíjí styky s obdobnými institucemi v zahraničí (Hospodářská komora ČR, 2009).

### **3.1.7 Svaz průmyslu a dopravy České republiky**

Svaz průmyslu a dopravy (SPD) je nestátní dobrovolnou organizací sdružující zaměstnavatele a podnikatelské subjekty zejména v oblasti průmyslu a dopravy. Účelem Svazu je ovlivňovat hospodářskou a sociální politiku vlády ČR a formovat dobré podmínky pro dynamický rozvoj podnikání v ČR (Svaz průmyslu a dopravy ČR, 2009a).

Do předmětu jeho činnosti můžeme zahrnout nabídku informačních, analytických, technických a organizačních služeb, organizaci výchovné, vzdělávací a poradenské činnosti, prosazování zájmů členů v zahraniční spolupráci a prezentaci členů na vybraných veletrzích a výstavách, konferencích a odborných seminářích (Svaz průmyslu a dopravy ČR, 2009b).

Kromě toho Svazu existuje v ČR mnohé oborové specializované svazy, jako například Svaz elektrotechniky, Svaz výrobců a dodavatelů strojírenské technologie aj.

## 3.2 Exportní strategie České republiky

Exportní strategie ČR (dále jen Exportní strategie) je označení pro jednotnou koncepci proexportní politiky České republiky, kterou vydává Ministerstvo průmyslu a obchodu ČR, většinou na čtyřleté období. První exportní strategie byla vytvořena v roce 1997, tedy relativně dlouho po transformaci české ekonomiky. Tato strategie měla velkou řadu nedostatků, avšak představovala výrazný posun z pohledu přístupu k proexportní politice. Od této doby vydává MPO ČR exportní strategii pravidelně.

### 3.2.1 Exportní strategie pro období 2006 - 2010

Exportní strategie České republiky pro období 2006 - 2010 vycházela ze zásad *Strategie hospodářského růstu* (z r. 2005) a navazovala na předcházející *Koncepci proexportní politiky pro období 2003 - 2006*. Byla v souladu se *Strategií udržitelného rozvoje ČR* (z r. 2004), s *Koncepcí jednotné prezentace ČR* (z r. 2005), s *Koncepcí zahraniční rozvojové politiky ČR* na léta 2002–2007 (z r. 2002), jakož i s *Koncepcí zahraniční politiky ČR* (z r. 2003). Tato strategie reagovala na změny, ke kterým došlo po vstupu ČR do Evropské unie, na nutnost nově definovat teritoriální priority, na nové potřeby klientů a nové trendy v poskytování služeb. Účelem exportní strategie bylo definovat vize, cíle a projekty proexportní politiky ČR.

Exportní strategie vycházela především z modelů zvyšování konkurenceschopnosti v zemích Evropské unie. Samozřejmým předpokladem při rozvíjení exportní strategie byla nutnost respektovat mezinárodní pravidla a závazky ČR nejen z pozice členské země EU, ale i jako člena WTO, OECD a dalších organizací. Vize této strategie byla tedy definována jako *Prosadit Českou republiku ve světě prostřednictvím obchodu a investic*.

I když byl vývoj exportu v posledních letech před strategií výrazně příznivý, podle vývozu zboží na obyvatele se ČR v roce 2004 stala nejdynamičtější vývozcem mezi zeměmi EU, v konkurenceschopnosti české ekonomiky existuje řada dosud nevyužitých příležitostí. Tehdejší růst byl svým charakterem spíše extenzivní, využíval především komparativních výhod (cena vstupů, levná pracovní síla). Růst exportu však nemá pozitivní dopady jen na bezprostředního exportéra, ale je spojen s celou řadou stimulačních efektů v měřítku celého národního hospodářství. Umožňuje vznik nových pracovních míst, a to nejen u přímých exportérů, ale i v celé síti jejich domácích subdodavatelů i v řadě sektorů služeb. To vede k posilování zaměstnanosti a důchodů domácností, což je spojeno se zvyšováním poptávky a spotřeby s pozitivním dopadem na tempo ekonomického růstu. Smyslem exportní strategie

bylo napomoci k většímu zapojení podnikatelské sféry do oblasti mezinárodního podnikání na zahraničních trzích, a to nejen rozvojem obchodní výměny, ale i větší investic.

Cíle exportní strategie byly vyjádřeny prostřednictvím soustavy. Soustava cílů měla čtyři perspektivy:

1. více příležitostí pro podnikatele,
2. poskytovat profesionální a účinnou podporu,
3. zlepšit a rozvíjet kvalitu služeb,
4. zvýšit kapacity pro export.

V první perspektivě **Více příležitostí pro podnikatele** byly seskupeny projekty Usnadňování obchodu, Působení na klíčových trzích a Budování kvalitní značky ČR ve světě. Šlo o vytváření podmínek obchodu, o budování pozice ČR na mezinárodním trhu, přípravu domácí ekonomiky na úspěch v mezinárodní konkurenci. Účelem tohoto cíle bylo umožnit pronikání připravených českých podnikatelských subjektů na zahraniční trh a snižovat náklady firem při expanzi do zahraničí.

Druhý cíl **Poskytovat profesionální a účinnou podporu** sdružoval plány Účinná asistence pro firmy v zahraničí, Podpora vývozu služeb, Podpora investic a akvizic, Podpora vývozních aliancí. Jednalo se o poskytování profesionální a účinné podpory s důrazem na efektivitu služeb, které musejí přinášet měřitelný výstup. Ze všech aktivit, realizace služeb a komunikace musela být patrná zákaznická orientace a partnerský vztah k podnikatelským subjektům.

Perspektiva **Zlepšit a rozvíjet kvalitu služeb** formulovala projekty Nový systém státu pro export a Zákaznické centrum pro export. Jednalo se o zlepšování procesů, vyhodnocování a měření dopadu služeb na schopnost podnikatelů exportovat. Důležité bylo zvýšení komfortu obsluhy klientů, zjednodušení a zpřehlednění nabídky služeb, zvýšení informovanosti o službách státu.

A posledním cílem bylo **Zvyšovat kapacity pro export**. Je nezbytné mít dostatek klientů připravených k exportu a informovaných o příležitostech, a následně při realizaci usnadnit podnikatelům financování a zajištění. K tomu sloužily projekty Exportní akademie, Síť pro export a Rozšíření financování českého exportu.

V této strategii byl export orientován do zemí EU. Účelem bylo udržet a maximalizovat příležitosti na evropských trzích. Země EU jsou pojímány jako celek a označeny jako země zvláštního významu. Předpokladem k naplnění vize exportní strategie

bylo také zvýšení exportu na nové dynamické trhy – prioritní země<sup>3</sup>. Prioritní země byly stanoveny na základě obchodně-politických podmínek a obchodního potenciálu teritoria, jakož i podle požadavků podnikatelské sféry. V současné době je jich dvanáct.

Exportní strategie se zaměřila na rozvoj schopností českých podnikatelů uspět na zahraničních trzích. Její implementace měla vést ke zlepšení obrazu České republiky, vytváření silnější značky ČR v zahraničí, což mělo mít pozitivní dopad na pronikání českých vývozců na zahraniční trhy (Ministerstvo průmyslu a obchodu, 2008).

Dne 19.1. 2011 vláda rozhodla o prodloužení platnosti respektive aktualizaci exportní strategie pro období 2006 - 2010 na rok 2011. Vláda tak učinila, protože toto řešení umožní vytvořit novou exportní strategii na léta 2012 - 2020, která bude provázána s připravovanou Strategií konkurenceschopnosti ČR i s připravovanou Koncepcí zahraniční politiky ČR.

Aktualizace Exportní strategie ČR pro období 2006 až 2010 na rok 2011 zohledňovala současný stav české ekonomiky a situaci na evropských a světových trzích. Kladla důraz na nové a rozvíjející se trendy v zahraničním obchodě, kdy proexportní politika více než kdykoli v minulosti musela sehrát aktivnější roli v rozvoji konkurenceschopnosti českých firem a podpoře strukturálních změn v české ekonomice.

V roce 2011 se proexportní politika zaměřila na realizaci následující prioritních os, v jejichž rámci byla realizována jednotlivá opatření. Prvním z nich byla *Diverzifikace exportu – Nové trhy pro české firmy*, kde se jednalo o potřebu vytváření prostoru pro české firmy na trzích s výrazným potenciálem pro růst vývozu. Prioritou se stalo udržení konkurenčního postavení na sousedních trzích a zvýšení přítomnosti na rostoucích zámořských trzích. Druhou osou byly *Výrobky a služby s vysokou přidanou hodnotou – Podpora konkurenceschopnosti*. Zde se proexportní politika zaměřila na výrobky a služby s vysokou přidanou hodnotou, na podporu realizace strukturálních změn v české ekonomice a prosazení na zahraničních trzích prostřednictvím společně realizovaných projektů se zahraničními partnery. Cílem třetí priority *Účinná asistence pro firmy při vstupu na zahraniční trhy – Export v kostce* bylo zajistit v elektronické podobě nabídku služeb státu v oblasti podpory exportu a její pravidelná aktualizace. Toto mělo být uskutečněno prostřednictvím publikace *Export v kostce*.

Dále se exportní strategie zaměřila na *Zdroje pro vývoz – Financování a pojišťování vývozu, Koordinace zahraničních podnikatelských misí*. Tato osa byla zaměřena na dvě části, a to podpořit spolupráci státem podporovaného financování a pojišťování vývozu se

---

<sup>3</sup> Prioritními zeměmi jsou Brazílie, Čína, Egypt, Indie, Kazachstán, Mexiko, Rusko, USA, Srbsko, Turecko, Ukrajina, Vietnam.

soukromým sektorem a vytvořit systém lepší koordinace, přípravy a vyhodnocování podnikatelských misí. Cílem priority nazvané *Zvýšení povědomí o službách státu – Přiblížení služeb do regionů* bylo zvýšit povědomí, především u malých a středních firem, o tom jak stát může podpořit vývoz a investice do zahraničí. Služby státu tedy měly být prezentovány přímo v regionech. A poslední osa *Efektivní stát – Nový systém státní podpory* usilovala o zlepšení vzájemné koordinace a součinnosti všech zapojených ministerstev a institucí na podporu exportu a investic (Ministerstvo průmyslu a obchodu, 2012c).

### **3.2.2 Plnění Exportní strategie**

Rok 2011 byl Ministerstvem průmyslu a obchodu označen jako období mírného růstu s postupně narůstajícími znaky přicházející druhé recese. Tato situace na světovém trhu vedla a vede k omezení investičních aktivit podnikatelských subjektů nebo k odkládání investic na příznivější dobu. Toto se zvláště objevuje v zemích EU a zemích v blízkém okolí. U zemí jižní Evropy můžeme hovořit o kolapsu těchto trhů. Převážná část českého exportu směřuje do zemí EU a drtivou většinou českého vývozu je zboží investiční povahy.

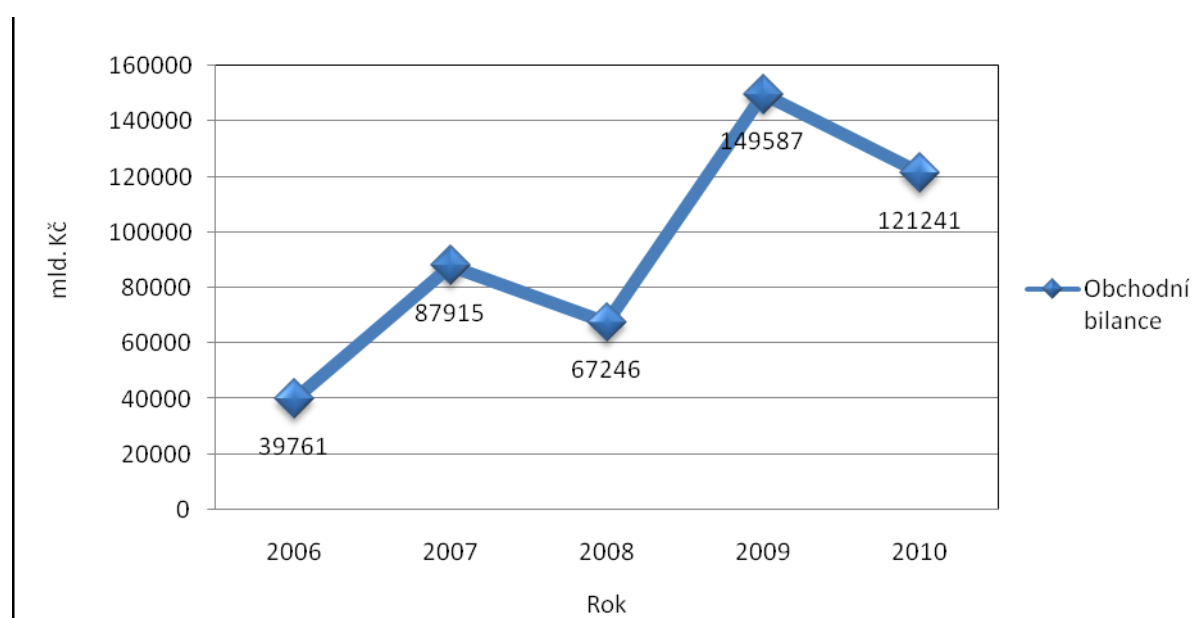
Tento vývoj na globálním světovém trhu vede ke strachu z rostoucího protekcionismu a zavádění restriktivních obchodních opatření. Mnoho zemí má tendenci svoji hospodářskou politiku založit právě na ochranně domácího trhu před zahraniční konkurencí. Česká republika si velmi dobře vědoma své závislosti na zahraničních trzích a dlouhodobě je zastáncem myšlenky liberální obchodní politiky.

V minulosti byl zahraniční obchod motorem růstu ekonomiky, stejně tak tomu je a bude i při současných podmínkách. ČR tradičně patřila v posledních letech k členským státům EU, které dosahovaly dvojciferného tempa růstu exportu, kromě krizového roku 2009. V roce 2010, byla dynamika růstu českého vývozu (Ministerstvo průmyslu a obchodu, 2012a).

V Grafu (3.3) můžeme vidět vývoj české obchodní bilance. Obchodní bilance ČR dlouhodobě vykazuje kladné saldo. Můžeme zde vidět výrazný pokles v roce 2008. Tento rok je charakteristický turbulencemi na mezinárodních finančních trzích, které postupně přerostly do krize finanční a také ekonomické, charakterizované výrazným zpomalením světové ekonomiky a recesí v řadě zemí. Dále čeští vývozci čelili v roce 2009 snížení vnější poptávky a poklesu ekonomického výkonu na všech klíčových vývozních trzích. Výsledkem byl pokles vývozu, ale i přesto skončila obchodní bilance přebytkem a byl zaznamenán nárůst salda. Rekordní výše přebytku obchodní bilance odráží vývoj ekonomické aktivity v České republice v roce 2009. Zároveň je však potvrzením, že čeští vývozci byli schopni udržet

konkurenceschopnost na zahraničních trzích a prosadit se v náročné konkurenci, ve prospěch svůj a zároveň celé české ekonomiky. Byl to rok, v němž se potvrdil klíčový význam zahraničního obchodu pro českou proexportně orientovanou ekonomiku. Rok 2010 probíhal v podmínkách postupného oživení světové ekonomiky a obnovení růstu vnější poptávky. Čeští vývozci zareagovali na zlepšené vnější podmínky zvýšenou aktivitou. Podařilo se jim obrátit trend poklesu vývozu. Zahraniční obchod za období od ledna do října roku 2011 výrazně překonal očekávání a obchodní bilance vykazovala kladné saldo. Roční bilance skončila přebytkem ve výši 191 mld. Kč, což je o 70 mld. Kč více než v roce 2010 (Český statistický úřad, 2012).

Graf 3.3: Vývoj obchodní bilance (v mld. Kč)



Zdroj: Český statistický úřad (2012), vlastní zpracování

K těmto poměrně pozitivním číslům je třeba uvést řadu okolností, negativních tendencí, které souvisí s posledním vývojem v EU, tedy na našem hlavním trhu, potížemi bankovního sektoru v Číně a dozvuky hypoteční a finanční krize v USA. Zahraniční obchod České republiky citlivě reaguje na změny na globálních trzích. Neunikneme zpomalení, které probíhá v západní Evropě. České firmy zřejmě také budou čelit i ochlazení domácí poptávky, které se promítne i do importu a zvýší konkurenci na domácím trhu.

Projekt rozšíření finančních služeb pro český export má za hlavní cíl dostupnost variabilních forem financování a pojištění. Výsledky činnosti ČEB a EGAP v roce 2010 jednoznačně potvrdily, že všechna protikrizová opatření přijatá na podporu exportu v době



ekonomické a finanční krize, byla velmi dobře zvolena (Ministerstvo průmyslu a obchodu, 2012a).

Pro rok 2011 se budou výsledky ČEB spíše blížit standardním rokům (nejlepší výsledky v roce 2010). Objem podepsaných smluv v roce 2011 je nižší ve srovnání s rokem 2010. Tato skutečnost je důsledkem mimořádně velkého objemu podepsaných smluv v roce 2010. Objem čerpání úvěrů je v roce 2011 rovněž nižší než předpokládal plán pro tento rok. Na horším čerpání úvěrů má rozhodující podíl to, že některé z úvěrů, jejichž čerpání již bylo zahájeno, nejsou ze strany dlužníka čerpány podle smluvního plánu.

Výsledky obchodní činnosti EGAP za rok 2011 svědčí o tom, že se dařilo českým exportérům prosazovat na zahraničních trzích i v obtížných podmínkách vývoje světové ekonomiky. V tom jim významným způsobem napomáhal i EGAP prostřednictvím své nabídky pojištění se státní podporou.

K efektivní komunikaci napomohl portál BusinessInfo.cz, kde můžeme najít publikace o jednotlivých prioritních zemích, o plánech nejvýznamnějších proexportních akcí a přehledech perspektivních oborů. Hlavní komunikační kanály státu v oblasti podpory exportu jsou mimo BusinessInfo.cz i Zelená linka pro export a Export v kostce.

V zájmu dosažení kvalitnějších služeb státu podepsalo dne 30. 6. 2011 Ministerstvo průmyslu a obchodu s Ministerstvem zahraničních věcí *Dohodu o garantované úrovni služeb v oblasti prosazování obchodních zájmů českých firem*. Dohoda představuje moderní a týmovou spolupráci při prosazování společných cílů prostřednictvím agentury CzechTrade a Zastupitelských úřadů ČR v zahraničí (tam, kde nejsou kanceláře CzechTrade) ve prospěch českých firem a v rámci posílení konkurenceschopnosti České republiky. Součástí Dohody je i katalog poskytovaných služeb (Ministerstvo průmyslu a obchodu, 2012a).

### **3.2.3 Exportní strategie pro období 2012 - 2020**

Vláda ČR na svém zasedání dne 14. 3. 2012 schválila Exportní strategii České republiky 2012 – 2020. Strategie vychází ze současného stavu české ekonomiky a situace na evropských a světových trzích. Vymezuje strategický rámec proexportní politiky do roku 2020 a shrnuje celkovou vizi proexportních aktivit státu, jejich cíle a rovněž opatření, jejichž prostřednictvím má dojít k naplnění těchto cílů. Exportní strategie se snaží přistupovat k proexportním činnostem relativně široce tzn., že se zaměřuje nejen na činnosti a postupy, které mají přímý a výhradní vztah k exportu, ale i na další, související a navazující politiky státu. Ambicí Exportní strategie je maximálně využít činností realizovaných veřejnými institucemi, k podpoře a rozvoji českého exportu.

Exportní strategie je postavena na třech pilířích. První z nich je *Zpravodajství pro export*, jehož cílem je zjednodušit přístup k informacím pro export a zajistit zprávy o trzích a analýzách trhů. Druhým pilířem je *Rozvoj exportu*, který je zaměřen na poradenství, financování a exportní vzdělání. A posledním *Podpora obchodních příležitostí* bude pracovat na rozšíření poptávky po českém exportu a investicích.

Jak již bylo řečeno, vizí Exportní strategie je maximální využití činnosti plynoucích z proexportních, ale i dalších aktivit státu. Strategie tímto přispívá k širší vizi, která byla udána Strategií mezinárodní konkurenceschopnosti ČR pro období 2012 – 2020, která chce ČR do roku 2020 dostat mezi 20 nejvíce konkurenceschopných zemí světa. K naplnění výše uvedené vize byly stanoveny cíle. Ty jsou rozděleny na hlavní a specifické. Hlavním cílem je zvýšit počet exportérů a objem exportu, konkrétně bylo stanoveno zvýšit počet exportérů o 15 % a zvýšit počet exportérů z řad malých a středních podniků o 50 % do roku 2020. Specifickým cílem se stala diverzifikace exportu do zemí mimo EU. Skutečně se jedná o snahu zvýšit objem vývozu do zemí mimo EU o 50 % do roku 2020, zvýšit počet exportérů o 25 %, zdvojnásobit meziroční tempo růstu vývozu do těchto zemí a udržovat aktivní obchodní bilanci se státy EU.

Strategie se skládá ze základních 12 projektů. Ty budou realizovány sérií konkrétních opatření, jejichž cílem je zefektivnění podpory exportu. Na jednotlivé pilíře a projektové karty navazuje Akční plán pro export a internacionalizaci, který následně zpracuje MPO (Ministerstvo průmyslu a obchodu, 2012b)

### **3.3 Dílčí shrnutí**

Tato kapitole se zaměřila přímo proexportní politikou České republiky, která zde až do roku 1997 neexistovala v ucelené podobě. Řídící úlohu zde hraje Ministerstvo průmyslu a obchodu společně s Ministerstvem zahraničních věcí. V průběhu času pak vznikaly jednotlivé instituce pro podporu exportu. Kapitola zmiňuje Českou exportní banku, která poskytuje vývozní úvěry a další související služby. Navazující organizací je Exportní garanční a pojišťovací společnost jejichž úkolem je pojistit vývozní úvěry a tak se stala součástí státní podpory vývozu. Třetím pilířem proexportní politiky ČR je Česká agentura na podporu obchodu CzechTrade, která českým exportérům poskytuje informace, poradenství a vzdělání.

Závěr kapitoly byl zaměřen na Exportní strategii ČR, která představuje zlomový okamžik v historii proexportní politiky této země. První Exportní strategie byla vytvořena v roce 1997 a od té doby jí Ministerstvo průmyslu a obchodu vydává pravidelně. Jedna z částí kapitoly byla přímo zaměřena na Exportní strategii pro období 2006 až 2010, jež reagovala na

změny, ke kterým došlo po vstupu ČR do Evropské unie. Na tuto má pak navazovat Exportní strategie pro období 2012 až 2020.

## 4 Proexportní politika vybraných zemí

Tato kapitola bude zaměřena na dvě země, a to Polskou republiku (PR) a Slovenskou republiku (SR). Oba dva tyto státy, stejně tak i Česká republika, byly součástí socialistického bloku. Krom toho jsou zmiňované země, včetně naší, součástí Visegrádské skupiny, která vznikla z úsilí zemí střední Evropy.

Česká, Polská a Slovenská republika byly vždy součástí jedné civilizace sdílející kulturní a intelektuální hodnoty a společné kořeny náboženských tradic, což si přejí zachovat a dále posilovat. Všechny tyto země usilovaly o členství v Evropské unii (EU). Svou integraci do EU považovaly za další krok v procesu překonávání umělých dělících čar v Evropě pomocí vzájemné podpory. Tohoto cíle dosáhly v roce 1. května 2004, kdy se všechny staly členskými zeměmi EU.

Jejich vstup do integrace, ale neměl výrazný vliv na proexportní politiku, protože podpora exportu zůstala v kompetenci jednotlivých států. Avšak povinností členských států je dodržovat společnou obchodní politiku EU.

### 4.1 Proexportní politika Polské republiky

Po druhé světové válce se Polská republika (PR) stala závislou na SSSR. Polské ambice hrát aktivní roli v oblasti západní civilizace a posílet se na evropsko – atlantických strukturách bylo možné až po zhroucení sovětského bloku. Proces evropské integrace založený na zásadách demokracie, lidských práv a tržní hospodářství se stal polským modelem civilizace. Země Evropské unie (EU) jsou nyní polským hlavním partnerem při vytváření volného trhu.

Ekonomický rozvoj země v posledních letech mimo to, že stále roste počet podniků, také dochází se zvyšování obchodní výměny mezi Polskem a dalšími zeměmi EU, ale i zeměmi mimo Společenství.

Polský export je podporován prostřednictvím EU, kde rada ministrů rozhodla o podpoře de minimis<sup>4</sup> pro realizaci některých projektů na podporu vývozu. Cílem těchto podpor je zvýšení konkurenceschopnosti. O podporu si může zažádat kterýkoliv podnikatel provozující činnost na území Polské republiky. Dále se v PR podporou exportu zabývá ministerstvo hospodářství, velvyslanectví propagace obchodu a investic, banka národního hospodářství, exportní úvěrová pojišťovací společnost, národní obchodní komora aj.

---

<sup>4</sup> De minimis je podpora poskytovaná ze strukturálních fondů EU jednotlivým podnikům. Nesmí spolu s ostatními podporami de minimis poskytnutými jednomu příjemci za dobu předchozích tří let přesáhnout výši odpovídající částce 200 000 EUR.

#### **4.1.1 Ministerstvo hospodářství**

Ministerstvo hospodářství Polské republiky je hlavním orgánem veřejné správy v oblasti ekonomiky. Zahrnuje řízení ekonomiky, včetně hospodářské konkurenceschopnosti, hospodářské spolupráce se zahraničím, energie, posuzování shody, inovace, podnikání, podporu polského hospodářství v zemi i v zahraničí. Ministerstvo je zodpovědné za formulaci pravidel hospodářské soutěže se zahraničím, spolupráci s mezinárodními organizacemi hospodářské povahy a dále za podporu ekonomiky, včetně rozvoje polského vývozu a investic v zahraničí a za podporu přímých zahraničních investic. Na pomoc, zejména malým a středním podnikům, Ministerstvo hospodářství Polské republiky vytvořilo konzuláty tzv. Oddělení velvyslanectví propagace obchodu a investic. Posláním tohoto oddělení je poskytovat podporu polským podnikům, ale také zajistit zájem o dovoz polských výrobků a služeb, jakož i investic v Polsku. V současné době existuje ve světě téměř 48 poboček (Dworzycki, 2011).

Kanceláře ministerstva hospodářství, které jednájí v rámci polského velvyslanectví a konzulátů, poskytnou veškerou nezbytnou pomoc pro rozvoj spolupráce se zahraničními partnery, stejně tak poskytnou pomoc při získávání partnerů a investorů. Mezi hlavní cíle patří usnadnění přístupu na trh pro zboží a služby v hostitelské zemi, chránit zájmy polských podnikatelských subjektů, poskytovat poradenskou a informační činnost polských exportérům, sdílet databáze dovozců, vývozců a potenciálních investorů (obsahují kontaktní údaje polských i zahraničních společností, kterou jsou neustále aktualizovány) apod. (Wackowska-Kabaczyńska, 2011).

#### **4.1.2 Banka národního hospodářství**

Banka národního hospodářství (Bank gospodarstwa krajowego - BGK) je státní rozvojová banka Polska založena v roce 1924 prezidentským dekretem. Až do dnešního dne BGK zůstala plně státní rozvojovou bankou, která se specializuje na servis a údržbu veřejného sektoru. Její role je zajistit finanční podporu na programy vládních, sociálně-ekonomických a regionálních rozvojových investic. Banka hraje ústřední roli v podpoře exportu v Polsku prostřednictvím řízení určených státních fondů a programů zaměřených na podporu polských vývozců (Bank Gospodarstwa Krajowego, 2012c).

Podle vládního programu podpory exportu poskytuje BGK zahraničním kupcům (přímo nebo prostřednictvím banky zákazníka) úvěry na financování exportních zakázek na nákup polského zboží a služeb. Finanční prostředky z úvěru se platí přímo domácím exportérům a zahraničním kupujícím po dodání zboží nebo služeb. Banka v rámci programu

podpory exportu poskytuje dlouhodobé a střednědobé úvěry (splatnost více než 2 roky) a krátkodobé úvěry (splatnost do 2 let). Mezi dlouhodobé a střednědobé úvěry řadíme úvěry poskytnuté od banky kupujícího (dovozce) a úvěry poskytnuté přímo od dovozce. Tyto úvěry jsou určeny k financování nákupu polských výrobků a investičních služeb a lze jim financovat maximálně 85 % z hodnoty vývozu (Bank Gospodarstwa Krajowego, 2012a).

#### **4.1.3 Další organizace**

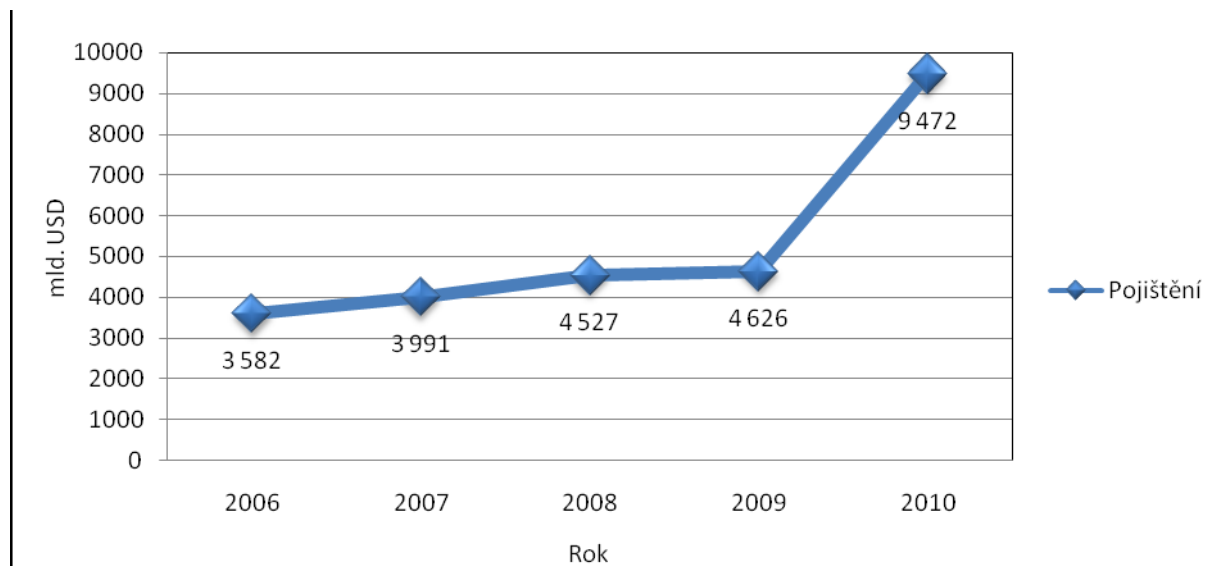
##### *Exportní úvěrová pojišťovací společnost*

Exportní úvěrová pojišťovací společnost (Korporacja ubezpieczeń kredytów eksportowych spolka akcyjna – KUKE) je korporace pojišťující obchodní transakce polských podnikatelů. Od roku 1991 nabízí služby s cílem zajistit bezpečný obchod doma i v zahraničí. Jejich činnost je zaměřena na pojištění pohledávek z prodeje zboží a služeb na úvěr. Zajišťují pojištění garantované státní pokladnou a jako jediní pojišťují dlouhodobé projekty financované prostřednictvím vývozního úvěru se splatností do dvou let nebo více (Korporacja Ubezpieczeń Kredytów Eksportowych, 2012a).

KUKE rovněž nabízí doplňkové produkty jako záruky, pojištění pro firmy, které hledají nové trhy a zapojily se do přímých investic v zahraničí. Pojišťovací společnost vytváří podmínky pro bezpečné a stabilní fungování polských podniků a chrání polské vývozce před politickým a obchodním rizikem. KUKE je akciovou společností. Akcie jsou zde rozděleny mezi stát zastoupený ministerstvem financí, které vlastní 87,85 % a Národní hospodářskou banku, která disponuje 12,15 % (Korporacja Ubezpieczeń Kredytów Eksportowych, 2012c).

V Grafu (4.1) můžeme vidět vývoj pojišťovací činnosti společnosti KUKE. V grafu vidíme, že objem pojištění neustále stoupá a neovlivnila ho ani hospodářská krize v roce 2008.

Graf 4.1: Vývoj pojištění (v mld. USD)



Zdroj: Korporacja Ubezpieczeń Kredytów Eksportowych (2012b), vlastní zpracování

#### *Národní obchodní komora*

Národní obchodní komora je největší nezávislá obchodní organizace v Polsku, která byla založena v roce 1990. Představuje největší počet podniků, propojení více než 150 organizací. Komora se stará o polské podnikatele na mezinárodní scéně a podepsala dohody o spolupráci s většinou národních obchodních komor na světě. Mezi její hlavní poslání patří práce na zlepšení polské image ve světě. Za tímto účelem pořádá mezinárodní výstavy a národní expozice polských podniků po celém světě (Krajowa Izba Gospodarcza, 2010).

#### *Asociace polských exportérů*

Svaz polských exportérů je organizace více než 300 polských vývozců ze všech sektorů a regionů v zemi. Působí od roku 2002 a má kontakty s více než pěti tisíci společnostmi na celém území Polské republiky. Charakteristickým rysem svazu je, že se jedná o iniciativu ze strany vývozců a jeho činnost je zaměřena na jejich specifické potřeby (Stowarzyszenie Eksporterów Polskich, 2011b).

Sdružení se zaměřuje na řadu projektů podporující polský vývoz, pořádá setkání a konference s cílem obohatit znalosti a dovednosti vývozců. Hlavním cílem asociace je posílení

konkurence schopnosti polské ekonomika, tedy pomoc vývozcům při navazování kontaktů se zahraničními partnery. Svaz se snaží aktivně podpořit realizaci proexportní politiky, hospodářský rozvoj aj. Usiluje o zlepšení podmínek pro rozvoj vývozu, reguluje obchod prostřednictvím smluv o spolupráci s třetími zeměmi (Stowarzyszenie Eksporterów Polskich, 2011a).

## **4.2 Proexportní politika Slovenské republiky**

Významným impulsem pro přípravu proexportní politiky Slovenské republiky (SR) se stalo programové prohlášení vlády SR z roku 2006, ve kterém vláda přijala úkol vytvořit ucelený systém proexportní politiky.

Materiál „Proexportní politika SR na léta 2007 – 2013“ vychází ze strategie Evropské komise o vnějších aspektech konkurenceschopnosti evropských výrobků. Tento dokument se zabývá střednědobou podporou rozvoje exportu SR. Jejím záměrem je, v souladu s celou evropskou strategií, vytvoření stabilního podpůrného pilíře aktivní zahraniční politiky SR zaměřené zejména rozvoj slovenské exportu, podporu konkurenceschopnosti firem SR na mezinárodních trzích, stejně tak i obchodně – ekonomických zájmů SR v EU.

Pozornost se zde věnuje i zefektivnění politické koordinace a výstupů institucí odpovědných za proexportní politiku v SR se záměrem upevňovat pozitivní image SR v zahraničí. Mezi tyto instituce řadíme Ministerstvo hospodářství, Exportně – importní banku Slovenské republiky, Slovenskou záruční a rozvojovou banku, Slovenskou agenturu pro podporu investic a obchodu, Slovenskou obchodní a průmyslovou komoru aj. (Rokovanie vlády Slovenskej republiky, 2010).

### **4.2.1 Ministerstvo hospodářství**

Ministerstvo hospodářství Slovenské republiky (MH SR) je ústředním orgánem státní správy, které řídí oblast zahraničního obchodu SR. Jeho odpovědnost za zajišťování úkolů zahraničního obchodu vyplývá z kompetenčního zákona. V současnosti však každá zodpovědná instituce zajišťuje podporu exportu vlastním způsobem bez koordinace. Z toho plyne, že často dochází k dualismu v činnostech těchto institucí a na druhé straně existují aktivity, které zabezpečeny nejsou vůbec.

Tato skutečnost podněcuje k nutnosti zkvalitnit a zefektivnit poskytování exportní podpory. Vhodným impulsem pro zlepšení současného stavu by mělo být zřízení proexportní rady. Rada bude vedena ministrem hospodářství. Hlavním směrem jejího zájmu bude koordinace proexportní politiky za přímé účasti podnikatelské sféry.



MH SR v současnosti řídí zastupitelské úřady SR, které jsou nyní základním nástrojem realizace zahraničněobchodní politiky a proexportního opatření. Mezi hlavní formy podpory proexportních aktivit MH SR řadíme poradenskou činnost při pronikání slovenských exportérů na zahraniční trhy, organizaci podnikatelských misí, konferencí aj., vyhledávání zahraničních investičních partnerů, rozvojovou spolupráci s cílem vytvořit prostor pro následnou obchodní spolupráci a vypracování ročních exportních plánů (Ministerstvo hospodárstva, 2009).

#### **4.2.2 Exportně – importní banka Slovenské republiky**

Exportně – importní banka Slovenské republiky (EXIMBANKA SR) je právnická osoba, která sídlí v Bratislavě. Byla zřízena státem 22. 7.1997 na základě zákona č. 80/1997Sb. o Exportně – importní bance Slovenské republiky.

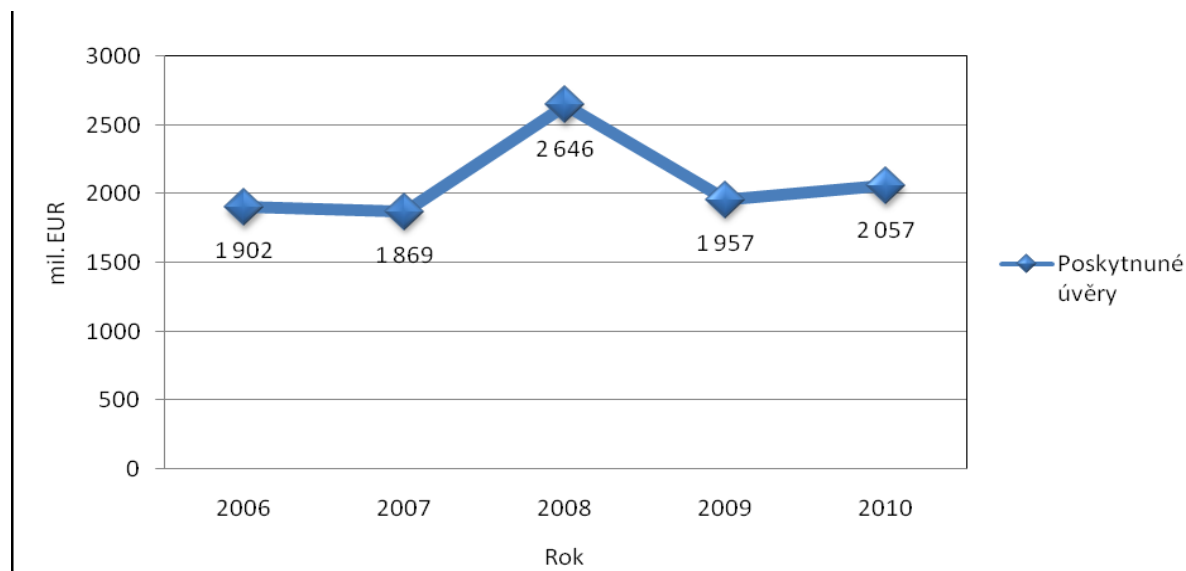
Posláním EXIMBANKY SR je podpora slovenského exportu prostřednictvím bankovních a pojišťovacích aktivit. Jejím úkolem je zlepšit obchod Slovenské republiky se zahraničím a zvýšit konkurenceschopnost slovenských výrobců na zahraničních trzích. Mezi další úkoly patří podpora vývozu co největšího objemu výrobku s vysokou mírou přidané hodnoty. Zároveň však podporuje i dovoz technologií, které slouží k následnému vývozu produkce, tedy banka poskytuje prostředky na nákup a modernizaci technologií (Exportno-importná banka Slovenskej republiky, 2011b).

EXIMBANKA SR za účelem plnění svých úkolů vykonává řadu činností, a to financování vývozních a dovozních úvěrů, pojišťování a zajišťování vývozních úvěrů, poskytování záruk. Firmy mají možnost minimalizovat rizika. Slovenští exportéři mohou pojistit své vývozní úvěry, proti komerčnímu nebo politickému riziku, krátkodobě, střednědobě a dlouhodobě. Dále si mohou pojistit výrobní riziko a investice v zahraničí nebo například vývozní záruky.

Jednou z povinností, která vyplývá ze vztahu EXIMBANKY SR a ministerstva, je vypracovat a předkládat ministerstvu údaje z účetní evidence a statistické evidence ve formě hlášení, výkazů a přehledů.

V Grafu (4.2) můžeme vidět vývoj poskytnutých úvěrů prostřednictvím EXIMBANKY. Z grafu je zřejmé, že stav poskytnutých úvěrů stoupá až na rok 2009. V tomto roce EXIMBANKA výrazněji pomohla slovenským exportérům.

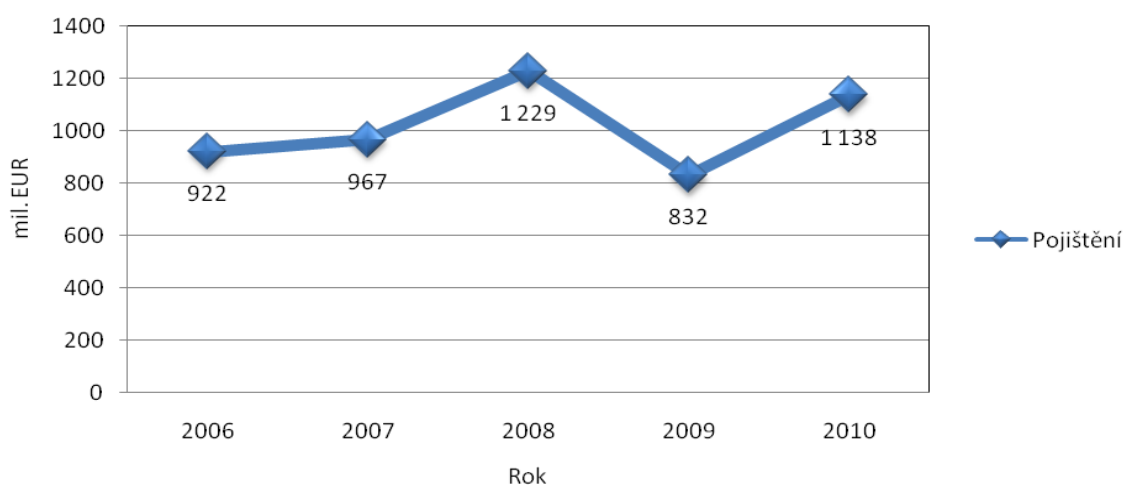
**Graf 4.2: Stav poskytnutých úvěrů (v mil. EUR)**



*Zdroj: Exportno-importná banka Slovenskej republiky (2011a), vlastní zpracování*

V Grafu (4.3) vidíme vývoj pojišťovací činnosti. V roce 2009 byl zaznamenán pokles. Objem podporovaného exportu byl nízký kvůli poklesu realizovaného vývozu a tuzemských dodávek u pojištěných klientů v důsledku hospodářské krize. Až na tuto výjimku podpora prostřednictvím pojišťovací činnosti stoupá.

**Graf 4.3: Vývoj pojištění (v mil. EUR)**



*Zdroj: Exportno-importná banka Slovenskej republiky (2011a), vlastní zpracování*

#### **4.2.3 Slovenská záruční a rozvojová banka**

Slovenská záruční a rozvojová banka (SZRB) zahájila svou činnost 1. 9. 1991, tehdy ještě jako státní peněžní ústav s cílem podporovat malé a střední podnikání. V roce 2002 došlo k přeměně právní formy banky ze státního peněžního ústavu na akciovou společnost a s tím souvisela potřeba nastolení rozsáhlých změn, které se postupně realizovaly v praxi (Slovenská záručná a rozvojová banka, 2010b).

Hlavním úkolem banky je poskytovat půjčky podnikatelům, které by jim komerční banky neposkytnuly. Podnikatelským subjektům nabízí záruční, příspěvkové a úvěrové programy. Tímto podporuje vznik, rozvoj a stabilizaci malého a středního podnikání na Slovensku nebo rozvoj regionů.

SZRB poskytuje přímé úvěry na realizaci podnikatelského záměru na území Slovenské republiky. Ty jsou především určeny pro malé a střední podnikatele, ale i pro regiony, města a obce. Přímé úvěry podnikatelům umožňují financování investičních a provozních potřeb. Nepřímé úvěry jsou v současné době pozastaveny.

SZRB se nepřímo podílí na podpoře exportu a to například poskytováním bankovních záruk. Ty poskytuje především podnikatelům s cílem podpořit podnikání na Slovensku, rozvíjet technickou infrastrukturu a bytovou výstavbu apod. (Slovenská záručná a rozvojová banka, 2010a).

#### **4.2.4 Slovenská agentura pro podporu investic a obchodu**

Slovenská agentura pro podporu investic a obchodu (SARIO) je agentura na podporu investic a obchodu, která představuje hlavní část systému vládní podpory exportu. Je příspěvkovou organizací Ministerstva hospodářství Slovenské republiky, tedy je financování ze státního rozpočtu. Podílí se na vytváření exportní strategie, zúčastňuje se výstav a veletrhů, organizuje odborné semináře a jiné specializované akce pro exportéry atd.

Agentura SARIO si za svůj cíl stanovila podporu rozvoje slovenské ekonomiky a zlepšení kvality života na Slovensku. Chce zvýšit vzdělání a rozvoj ekonomiky prostřednictvím svých kontaktů na domácí půdě, ale i v zahraničí (Slovenská agentúra pre rozvoj investícií a obchodu, 2009a).

Strategickým cílem je zefektivnit činnosti zaměřené na podporu exportu a zapojit slovenské firmy, jako harmonizační řízení těchto aktivit. V současnosti zabezpečuje svou činnost prostřednictvím 19 pracovišť rozdělených do třech základních sekcí, a to Odbor regionálních kanceláří, Odbor mezinárodní spolupráce a Odbor proexportních služeb (Slovenská agentúra pre rozvoj investícií a obchodu, 2009b).

#### **4.2.5 Slovenská obchodní a průmyslová komora**

Slovenská obchodní a průmyslová komora (SOPK) je veřejnoprávní instituce působící na území Slovenské republiky, která vyvíjí činnost na podporu a ochranu podnikání svých členů v tuzemsku i v zahraničí a poskytuje jim služby. Je to právnická osoba sídlící v Bratislavě. Komora zřizuje regionální komory, které se nazývají podle sídla regionální komory (např. Banskobystrická regionální komora SOPK).

Komora v rámci své působnosti spolupracuje při koordinaci hospodářských vztahů Slovenské republiky se zahraničním, napomáhá koordinovat zájmy svých členů v oblasti podnikatelské činnosti a ochraňuje je před nepoctivými obchodními vztahy, navazuje a rozvíjí styky s komorami a odbornými institucemi v tuzemsku a v zahraničí. Mimo jiné shromažďuje informace o obchodně-politických, právních, celních, ekologických a ekonomických podmínkách v zahraničí a o tomto vydává odborné publikace.

Členem komory se může stát právnická a fyzická osoba zapsaná v obchodním rejstříku, která vykonává podnikatelskou činnost ve všech hospodářských odvětvích. Po vstupu do komory jsou povinni řídit se stanovami komory, plnit usnesení orgánů a v určité výši platit členské příspěvky.

SOPK je vydávací a garanční asociací pro unifikovaný celní doklad, který umožňuje dočasný vývoz (dovoz) zboží na základě ručení SOPK bez povinnosti jeho držitele skládat celní dluh a platit celní poplatky v zemi určení. Vydává osvědčení o původu zboží. Komora ověřuje obchodní doklady (např. obchodní faktury, obchodní a distribuční smlouvy). Vydává potvrzení o událostech, které zabraňují plnění mezinárodních obchodních smluv. Součástí SOPK je nezávislý Rozhodčí soud pro rozhodování sporů o majetkové nároky v mezinárodním i tuzemském obchodním styku (Slovenská obchodná a priemyslová komora, 2009).

### **4.3 Komparace proexportní politiky České, Slovenské a Polské republiky**

Při porovnávání jednotlivých proexportních politik bude kapitola vycházet z několika kritérií. Nejdříve se zaměří na institucionální podporu exportu, potom srovná podíl pojištění poskytnutých na pomoc exportérům a nakonec srovná celkový objem exportu a obchodní bilance jednotlivých zemí.

Institucionální podpora proexportní politiky České republiky a Slovenské republiky je velmi podobná, avšak u Polské zjišťujeme, že institucionální podpora exportu na rozdíl od předešlých dvou není tak silná a PR nemá takové množství institucí, které podporují export. ČR a SR mají ucelený dokument proexportní politiky, který se zabývá podporou domácích

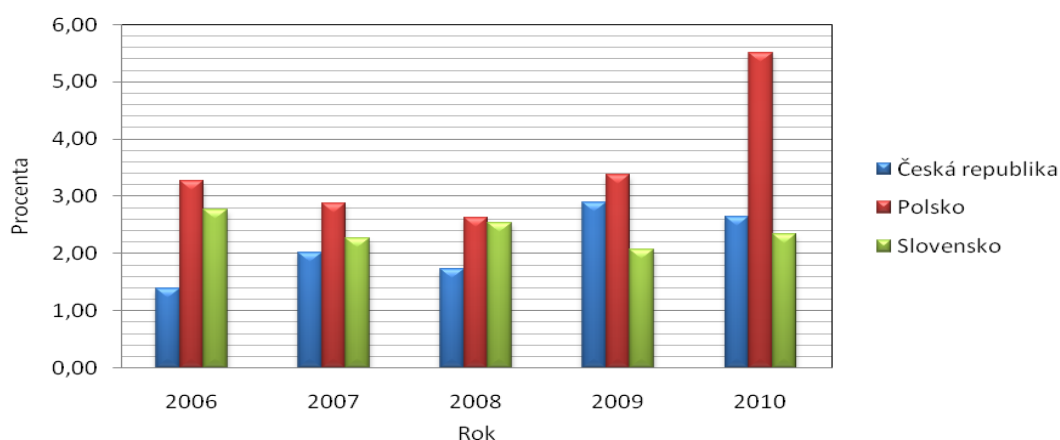
výrobků a podnikatelských subjektů na zahraničních trzích. PR na rozdíl od těchto dvou zemí nemá žádnou vlastní koncepci proexportní politiky. Proexportní politika PR je součástí jiných strategií a koncepcí a tedy netvoří jeden dokument.

Ve všech těchto zemích se podporou exportu zabývá určité ministerstvo. V České republice v rámci této problematiky spolupracuje Ministerstvo průmyslu a obchodu společně s Ministerstvem zahraničních věcí, které vytvořilo zastupitelské úřady s cílem podpořit české výrobky. Polská republika pro podporu exportu využívá Ministerstvo hospodářství, jež zřídilo kanceláře ministerstva hospodářství, které jednají v rámci polského velvyslanectví a konzulátů, poskytnou veškerou nezbytnou pomoc pro rozvoj spolupráce se zahraničními partnery. Stejně tak i Slovenská republika řídí podporu exportu prostřednictvím Ministerstva hospodářství. Avšak na Slovensku docházelo ke špatné koordinaci jednotlivých institucí podporující export, tak bylo Ministerstvo hospodářství nuceno vytvořit Proexportní radu. Úkolem Rady je vytvářet podklady pro přípravu návrhů, opatření, doporučení, kroků a mechanismů, které řešení otázek spojené s podporou exportu. Cílem rady je mimo jiné také koordinovat činnost státní správy a odborových sdružení a komor v rámci proexportní politiky.

Kromě ministerstev mají tyto země i jiné společné instituce podporující export. Mezi ně můžeme řadit obchodní komory, které podporují domácí exportéry v tuzemsku i zahraničí, poskytují jim informace a služby, a také se snaží vylepšit image země ve světě. Dále pak má každá z těchto zemí jednu banku, které se státním příspěvkem podporují domácí exportéry.

V Grafu (4.4) můžeme vidět podíl pojištění na exportu v České, Polské a Slovenské republice.

**Graf 4.4: Podíl pojištění na exportu (v %)**

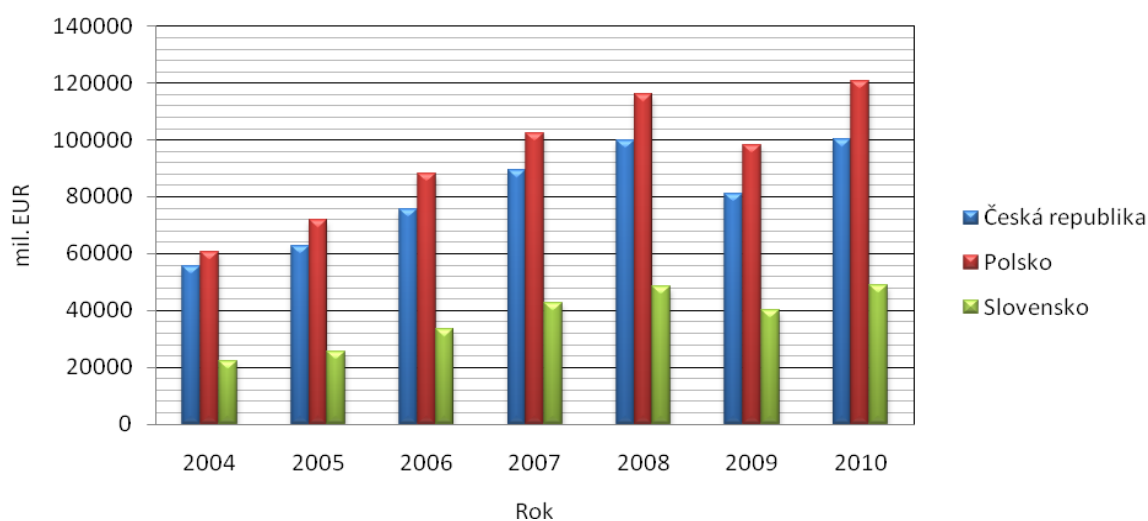


*Zdroj: Exportno-importná banka Slovenskej republiky (2011a), Exportně garanční a pojišťovací společnost (2011), Korporacja Ubezpieczeń Kredytów Eksportowych (2012b), vlastní zpracování*

Při porovnání částek jednotlivých institucí zjišťujeme, že KUKA (Exportní úvěrová pojišťovací společnost – Polsko) v poskytování pojištění převyšuje EGAP (Exportní garanční a pojišťovací společnost – ČR) i EXIMBANKU (Exportně – importní banka – Slovensko). U vývoje podílu pojištění na exportu si můžeme u všech těchto zemí povšimnout menšího poklesu mezi roky 2008 a 2009 v důsledku hospodářské krize.

Dalším sledovaným kritériem je objem exportu v mil. Eur. Polsko, i přes méně propracovanou strategii a slabší institucionální systém, v celém sledovaném období převyšuje Slovensko a Českou republiku. U všech tří zemí můžeme sledovat rostoucí tendenci daného ukazatele. V Grafu (4.5) vidíme, že vývoz poklesl u všech sledovaných zemí pouze v roce 2009. Tento pokles byl zaznamenán z důvodu snížení průmyslové produkce, což postihlo téměř všechny odvětví zpracovatelského průmyslu a dále pak slabou zahraniční poptávkou vyvolanou světovou finanční a ekonomickou krizí. Především došlo k propadu ekonomik EU, tedy i námi sledovaného Polska, Slovenska a České republiky.

**Graf 4.5: Objem exportu (v mil. EUR)**



*Zdroj: Eurostat (2012), vlastní zpracování*

Dále bych srovnala obchodní bilance a bilanci služeb jednotlivých zemí, jakož to ukazatelé výkonnosti ekonomiky v mezinárodním obchodě. V Tabulce (4.1) vidíme salda obchodní bilance sledovaných států. ČR má od svého vstupu do EU vyšší export oproti importu, tedy aktivní obchodní bilanci. Tento úspěch můžeme připisovat rostoucí konkurenceschopnosti českých firem a za poslední roky získala ve světě česká značka prestiž. Polská republika navzdory tomu, že má z těchto tří zemí nejvyšší objem exportu bojuje s negativní obchodní bilancí. Slovenská obchodní bilance v době krize vykázala paradoxně jedny z nejlepších čísel. Tyto čísla však nejsou výsledkem zvýšené exportní výkonnosti, ale naopak výrazným propadem dovozu. Tedy import klesl ještě víc než export.

Tabulka 4.1: **Obchodní bilance (v mil. USD)**

	<b>2006</b>	<b>2007</b>	<b>2008</b>	<b>2009</b>	<b>2010</b>
<b>ČR</b>	2626	2310	1504	4584	2826
<b>SR</b>	-2599	-884	-1069	1314	182
<b>PR</b>	-7372	-19066	-30659	-7617	-11810

*Zdroj: Organisation for economic co-operation and development (2012a) , vlastní zpracování*

Tabulka (4.2) znázorňuje vývoj bilance služeb sledovaných států. U České republiky stejně jako u obchodní bilance můžeme vidět vyšší export oproti importu, což podtrhuje již zmiňovanou rostoucí konkurenceschopnost českých firem. Polská republika je v oblasti služeb výrazně lepší než je tomu u zboží. U slovenské bilance služeb bohužel nemůžeme vidět stejný paradox jako u obchodní bilance a od počátku krize sledujeme záporné saldo.

Tabulka 4.2: **Bilance služeb (v mil. USD)**

	<b>2006</b>	<b>2007</b>	<b>2008</b>	<b>2009</b>	<b>2010</b>
<b>ČR</b>	2171	2920	4325	3881	3947
<b>SR</b>	756	531	-687	-1426	-985
<b>PR</b>	736	4758	5006	4795	3098

*Zdroj: Organisation for economic co-operation and development (2012b), vlastní zpracování*

Komplexně můžeme proexportní politiku České republiky vyhodnotit jako lépe propracovanou a disponující větším počtem institucí podporující export než na polské straně, ale i přesto je na tom ve výsledku lépe Polsko. Polští exportéři mají větší objem vývozu v mld. Eur, ale záporné saldo obchodní bilance a také lépe využívají možnost pojistit si svůj

export. Slovenská institucionální podpora exportu je podobná té české, ale na Slovensku došlo ke špatné koordinaci jednotlivých institucí.

#### **4.4 Dílčí shrnutí**

Poslední kapitola je zaměřena na proexportní politici Polské republiky a Slovenské republiky. Na polské straně jsme mohli vidět méně propracovanou institucionální podporu exportu než u ostatních sledovaných států. Řídícím orgánem je zde Ministerstvo hospodářství, které na pomoc exportérům zřídilo konzuláty. V kapitole je zmíněna velká řada institucí, které podporují tuzemské vývozce. Banka národního hospodářství, která poskytuje zahraničním kupcům úvěry na nákup polského zboží a služeb. Dále jsme v této kapitole mohli nalézt i ostatní ne méně důležité instituce Exportní úvěrovou pojišťovací společnost nabízející služby s cílem zajistit bezpečný obchod nebo také Národní obchodní komoru, která pracuje na polské image.

U Slovenské republiky jsme pak mohli vidět ucelený materiál proexportní politiky na období 2007 až 2013, který vychází ze strategie Evropské komise. Zde jsou také subkapitoly zaměřeny na institucionální podporu exportu. Ministerstvo hospodářství společně se Zastupitelskými úřady, Exportně – importní banku Slovenské republiky, která pro podporu exportu poskytuje bankovní a pojišťovací aktivity a také instituci poskytující půjčky podnikatelům, kteří by od žádné komerční banky pomoc nedostali a to Slovenskou záruční a rozvojovou banku.

Závěr kapitoly je zaměřen na komparaci proexportní politiky České republiky, Slovenské republiky a Polska. Zde jsme mohli vidět porovnání institucionální podpory exportu, rozdíl v tom jak jednotlivé státy využívají možnost pojištění a nakonec vyhodnocení objemu exportu jednotlivých zemí a jejich obchodní bilanci a bilanci služeb.



## 5 Závěr

Proexportní politika je součástí zahraničně-obchodní politiky a mezi hospodářskými politikami se řadí k politikám nejkontroverznějším. Proexportní politika představuje soubor opatření a aktivit, kterými stát působí na zahraniční obchod své země. Proexportní politika v současné době patří mezi aktuální otázky hospodářské politiky. Výrazná je zejména u menších ekonomik, kde je zapojení do zahraničního obchodu intenzivní.

Cílem práce bylo zjistit, jaká je současná proexportní politika vybraných zemí a porovnat ji s ČR. Práce se zaměřila na různé formy podpory exportu, které poskytují vybrané země a srovnávala je s ČR.

První kapitola se zabývala teoretickými východisky proexportní politiky. Definovala zahraniční obchod jako směnu zboží či služeb různých subjektů určitého státu v rámci celého světového hospodářství, kde pro jeho hodnocení používáme různé faktory jako efektivnost, proporcionalita aj. Rozčlenila přístupy k mezinárodnímu obchodu na dva druhy. První liberální, který představuje uvolnění určitých omezení a druhý protekcionistický, jehož úkolem je ochrana a podpora národní ekonomiky.

Dále zmínila různé směry, kterými se zahraniční obchod po staletí ubíral a dotkla se jednotlivých představitelů. Na samém počátku to byl merkantilismus se svou filozofií postavenou na myšlence, že moc státu závisí na množství drahých kovů, kterými daná země disponuje. Z tohoto důvodu se pokoušeli podpořit dovoz a omezit vývoz. Pak od tohoto myšlení upustili, že není nežádoucí dovoz surovin, které se pak opracované vyvezou. Po merkantilistickém učení přišla klasická politická ekonomie se svou teorií absolutních a komparativních výhod, které byly doplněny o teorii mezinárodních poměrů. A nakonec vystoupili neoklasičtí představitelé orientovaní na stranu poptávky, kteří zavrhlí teorii pracovní hodnoty jako podstatnou cenu zboží. Argumentovali, že zboží se nevyrábí jen pomocí práce, ale také díky kapitálu nebo půdě a na tomto základě vytvořili řadu nových modelů.

Na tuto část navazuje podrobná formulace nástrojů vnější hospodářské politiky. Existuje velká škála hledisek pro jejich členění, práce uvádí třídění na autonomní a smluvní. Závěr kapitoly se zabýval přímo proexportní politikou, která představuje souhrn zásad a prostředků, kterými vlády uspořádávají obchodní vztahy s ostatními zeměmi.

Druhá kapitola se zaměřila přímo proexportní politikou České republiky, která zde až do roku 1997 neexistovala v ucelené podobě. V České republice převažuje státní podpora exportu, kterou představuje MPO, MZV, EGAP, ČEB a CzechTrade. Řídící úlohu hraje

Ministerstvo průmyslu a obchodu společně s Ministerstvem zahraničních věcí. V průběhu času pak vznikaly další instituce podporující export. Práce věnovala pozornost České exportní bance, která poskytuje vývozní úvěry a další související služby. Navazující organizací je Exportní garanční a pojišťovací společnost jejichž úkolem je pojistit vývozní úvěry a tak se stala součástí státní podpory vývozu. Třetím pilířem proexportní politiky ČR je Česká agentura na podporu obchodu CzechTrade, která českým exportérům poskytuje informace, poradenství a vzdělání. Nestátní podporu reprezentuje především Hospodářskou komorou ČR, Svazem průmyslu a dopravy ČR aj.

Závěr kapitoly byl zaměřen na Exportní strategii ČR, která představuje zlomový okamžik v historii proexportní politiky této země. První Exportní strategie byla vytvořena v roce 1997 a od té doby jí Ministerstvo průmyslu a obchodu vydává pravidelně. Jedna z částí kapitoly byla přímo zaměřena na Exportní strategii pro období 2006 až 2010, jež reagovala na změny, ke kterým došlo po vstupu ČR do Evropské unie. Na tuto má pak navazovat Exportní strategie pro období 2012 až 2020.

Třetí kapitola se věnovala proexportní politice Slovenské republiky a Polské republiky. Na polské straně jsme mohli vidět méně propracovanou podporu exportu než u ostatních sledovaných států. Řídícím orgánem je zde Ministerstvo hospodářství, které na pomoc exportérům zřídilo konzuláty. Mezi další instituce v kapitole uvedené patří Banka národního hospodářství, která poskytuje zahraničním kupcům úvěry na nákup polského zboží a služeb. Dále kapitola rozebírala i ostatní důležité instituce Exportní úvěrovou pojišťovací společnost nabízející služby s cílem zajistit bezpečný obchod. U nestátní podpory exportu zmínila Národní obchodní komoru, která pracuje na polské image.

U slovenských sousedů jsme pak mohli vidět ucelený materiál proexportní politiky na období 2007 až 2013, který vychází ze strategie Evropské komise. Cíle této strategie je vytvořit stabilní podpůrný pilíř aktivní zahraničně-obchodní politiky Slovenska, a to především v oblasti rozvoje slovenského exportu. Součástí kapitoly je také institucionální podpora exportu. Na špici stojí Ministerstvo hospodářství společně se Zastupitelskými úřady. Dále se zabývala Exportně – importní bankou Slovenské republiky, která pro podporu exportu poskytuje bankovní a pojišťovací aktivity a také instituci poskytující půjčky podnikatelům, kteří by od žádné komerční banky pomoc nedostali a to Slovenskou záruční a rozvojovou banku.

Závěr kapitoly je zaměřen na komparaci proexportní politiky České republiky, Slovenské republiky a Polska. Zde jsme mohli vidět porovnání institucionální podpory

exportu, obchodní bilanci, rozdíl v tom jak jednotlivé státy využívají možnost pojištění a nakonec vyhodnocení objemu exportu jednotlivých zemí.

Celkově můžeme proexportní politiku České republiky zhodnotit jako lépe propracovanou a disponující větším počtem institucí podporující export než na polské straně, ale i přesto je na tom ve výsledku lépe Polsko. Práce porovnávala objem exportu v mil. Eur, kde polští exportéři vedou oproti ostatním sledovaným státům a také lépe využívají možnost pojistit si svůj export. Navzdory tomu PR, oproti SR a ČR nemá v současné době žádný ucelený dokument zabývající se proexportní politikou a jejich obchodní balance je oproti ostatním sledovaným zemím záporná.

Slovenská institucionální podpora exportu je podobná české, ať už se jedná o množství, tak i činnost, kterou provádějí. Avšak na Slovensku došlo ke špatné koordinaci jednotlivých institucí. Toto však už bylo vyřešeno, ale i nadále Česká republika vyváží více. V posledních letech slovenští exportéři méně využívají možnost pojistit si svůj export proti rizikům.

V budoucnosti by mohlo být zajímavé sledovat, jakým směrem se bude proexportní politika jednotlivých zemí vyvíjet. Dalším námětem může být komparace již sledovaných zemí se zeměmi, které prošly odlišným vývojem.

## Seznam použité literatury

### Monografie:

1. BENEŠ, Vlastislav et al., 2004. *Zahraniční obchod*. Praha: Grada Publishing, a.s.
2. CIHELKOVÁ, Eva et al., 2008. *Mezinárodní ekonomie II*. Praha: C. H. Beck, s.r.o.
3. FOJTÍKOVÁ, Lenka, 2009. *Zahraničně obchodní politika ČR: historie a současnost (1945 – 2008)*. Praha: C. H. Beck, s.r.o.
4. HOLMAN, Robert et al., 2005. *Dějiny ekonomického myšlení*. 2. vyd. Praha: C. H. Beck, s.r.o.
5. KRPEC, Oldřich a Vladan HODULÁK, 2011. *Politická ekonomie mezinárodních vztahů*. Brno: Mezinárodní politologický ústav Masarykovy univerzity.
6. NEUMANN, Pavel, Pavel ŽAMBERSKÝ a Martina JIRÁNKOVÁ, 2010. *Mezinárodní ekonomie*. Praha: Grada Publishing, a.s.
7. SVATOŠ, Miroslav, 2009. *Zahraniční obchod*. Praha: Grada Publishing, a.s.

### Internetové zdroje:

1. BANK GOSPODARSTWA KRAJOWEGO, 2012a. *Rzadowy program wspierania exportu* [online]. BGK [cit. 28. 3. 2012]. Dostupné z: <http://www.bgk.pl/rzadowy-program-wspierania-eksportu>.
2. BANK GOSPODARSTWA KRAJOWEGO, 2012b. *Raport roczny* [online]. BGK [cit. 29. 3. 2012]. Dostupné z: <http://www.bgk.pl/raport-roczny>.
3. BANK GOSPODARSTWA KRAJOWEGO, 2012c. *Historia* [online]. BGK [cit. 28. 3. 2012]. Dostupné z: <http://www.bgk.pl/historia-banku>.
4. CZECHTRADE, 2010a. *Historie agentury* [online]. CT [cit. 29. 1. 2012]. Dostupné z: <http://www.czechtrade.cz/o-czechtrade/predstaveni/historie-agentury/>.
5. CZECH TRADE, 2010b. *Představení CzechTrade* [online]. CT [cit. 2. 2. 2012]. Dostupné z: <http://www.czechtrade.cz/o-czechtrade/predstaveni/>.
6. CZECH TRADE, 2010c. *CzechTrade ve světě* [online]. CT [cit. 1. 2. 2012]. Dostupné z: <http://www.czechtrade.cz/czechtrade-svet/>.
7. ČESKÁ EXPORTNÍ BANKA, 2006a. *O nás* [online]. ČEB [cit. 17. 1. 2012]. Dostupné z: <http://www.ceb.cz/content/view/92/35/>.
8. ČESKÁ EXPORTNÍ BANKA, 2006b. *Seznam hlavních produktů podpořeného financování ČEB* [online]. ČEB [cit. 16. 1. 2012]. Dostupné z: <http://www.ceb.cz/content/view/54/25/>.

9. ČESKÁ EXPORTNÍ BANKA, 2011. *Výroční zpráva 2010* [online]. ČEB [cit. 15. 1. 2012]. Dostupné z: [http://www.ceb.cz/images/stories/soubory\\_PDF/vyrocnizpravy/vz\\_cz\\_2010\\_CD.pdf](http://www.ceb.cz/images/stories/soubory_PDF/vyrocnizpravy/vz_cz_2010_CD.pdf).
10. ČESKÁ CENTRA, 2010. *O nás* [online]. CZECHCENTRES [cit. 4. 2. 2012]. Dostupné z: <http://www.czechcentres.cz/o-nas/>.
11. ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD, 2012. *Zahraniční obchod České republiky* [online]. ČSÚ, 3. 4. 2012 [cit. 15. 4. 2012]. Dostupné z: [http://www.czso.cz/cz/cr\\_1989\\_ts/0601.pdf](http://www.czso.cz/cz/cr_1989_ts/0601.pdf).
12. DWORZYCKI JACEK, 2011. *Biuletyn informacji publicznej* [online]. BIP MG, 12. 12. 2011 [cit. 19. 3. 2012]. Dostupné z: <http://bip.mg.gov.pl/>.
13. EUROSTAT, 2012. *Exports in million of ECU/EURO* [online]. ES, 2. 4. 2012 [cit. 15. 4. 2012]. Dostupné z: <http://epp.eurostat.ec.europa.eu/tgm/refreshTableAction.do?tab=table&plugin=1&pcode=tet00039&language=en>
14. EXPORTNĚ GARAČNÍ A POJIŠŤOVACÍ SPOLEČNOST, 2011. *Výroční zpráva 2010* [online]. EGAP [cit. 10. 1. 2012]. Dostupné z: <http://www.egap.cz/dokumenty/vysledky-hospodareni/vyrocnizprava-2010.pdf>.
15. EXPORTNĚ GARAČNÍ A POJIŠŤOVACÍ SPOLEČNOST, 2012. *Profil společnosti* [online]. EGAP [cit. 10. 1. 2012]. Dostupné z: <http://www.egap.cz/o-nas/profil-spolecnosti/index.php>.
16. EXPORTNO-IMPORTNÁ BANKA SLOVENSKEJ REPUBLIKY, 2011a. *Výroční zpráva 2010* [online]. EXIMBANKA SR [cit. 14. 3. 2012]. Dostupné z: [http://www.eximbanka.sk/buxus/docs/vs2010sk\\_uk.pdf](http://www.eximbanka.sk/buxus/docs/vs2010sk_uk.pdf).
17. EXPORTNO-IMPORTNÁ BANKA SLOVENSKEJ REPUBLIKY, 2011b. *Profil EXIMBANKY SR* [online]. EXIMBANKA SR [cit. 15. 3. 2012]. Dostupné z: [http://www.eximbanka.sk/sk/o-nas/profil-eximbanky-sr.html?page\\_id=336](http://www.eximbanka.sk/sk/o-nas/profil-eximbanky-sr.html?page_id=336).
18. HOSPODÁŘSKÁ KOMORA ČR, 2009. *Hospodářská komora ČR* [online]. HK ČR [cit. 31. 1. 2012]. Dostupné z: <http://www.komora.cz/hospodarska-komora-ceske-republiky/o-nas-5/hospodarska-komora-ceske-republiky-hk-cr/hospodarska-komora-ceske-republiky-2/>.
19. KORPORACJA UBEZPIECZEN KREDYTÓW EKSPORTOWYCH, 2012a. *O nas* [online]. KUKA [cit. 30. 3. 2012]. Dostupné z: [http://www.kuke.com.pl/o\\_nas.php](http://www.kuke.com.pl/o_nas.php).

20. KORPORACJA UBEZPIECZEN KREDYTÓW EKSPORTOWYCH, 2012b. *Raporty roczne* [online]. KUKE [cit. 15. 4. 2012]. Dostupné z: [http://www.kuke.com.pl/raporty\\_roczne.php](http://www.kuke.com.pl/raporty_roczne.php).
21. KORPORACJA UBEZPIECZEN KREDYTÓW EKSPORTOWYCH, 2012c. *Wladze* [online]. KUKE [cit. 30. 3. 2012]. Dostupné z: <http://www.kuke.com.pl/wladze.php>.
22. KRAJOWA IZBA GOSPODARCZA, 2010. *O nas* [online]. KIG [cit. 20. 3. 2012]. Dostupné z: <http://www.kig.pl/o-nas.html>.
23. MINISTERSTVO HOSPODÁRSTVA SR, 2009. *Pôsobnosť a kompetencie Ministerstva hospodárstva SR* [online]. MH SR [cit. 30. 3. 2012]. Dostupné z: <http://www.economy.gov.sk/kompetencie-mh-sr/133310s>.
24. MINISTERSTVO PRŮMYSLU A OBCHODU, 2008. *Exportní strategie ČR 2006-2010* [online]. MPO, 3. 12. 2008 [cit. 11. 2. 2012]. Dostupné z: <http://www.mpo.cz/dokument52127.html>.
25. MINISTERSTVO PRŮMYSLU A OBCHODU, 2010. *Působnost ministerstva* [online]. MPO, 1. 2. 2010 [cit. 5. 2. 2012]. Dostupné z: <http://www.mpo.cz/dokument1926.html>.
26. MINISTERSTVO PRŮMYSLU A OBCHODU, 2012a. *Zpráva o plnění aktualizované Exportní strategie v roce 2011* [online]. MPO, 1. 2. 2012 [cit. 11. 2. 2012]. Dostupné z: <http://www.mpo.cz/dokument101710.html>.
27. MINISTERSTVO PRŮMYSLU A OBCHODU, 2012b. *Exportní strategie ČR 2012-2020* [online]. MPO, 15. 3. 2012 [cit. 10. 4. 2012]. Dostupné z: <http://www.mpo.cz/dokument103015.html>.
28. MINISTERSTVO PRŮMYSLU A OBCHODU, 2012c. *Priority proexportní politiky v roce 2011* [online]. MPO, 14. 4. 2012 [cit. 13. 2. 2012]. Dostupné z: <http://www.mpo.cz/dokument86607.html>.
29. MINISTERSTVO ZAHRANIČNÍCH VĚCÍ ČR, 2001. *Vznik a působnost Ministerstva zahraničních věcí* [online]. MZV, 14. 8. 2001 [cit. 15. 3. 2012]. Dostupné z: [http://www.mzv.cz/jnp/cz/o\\_ministerstvu/vznik\\_a\\_pusobnost\\_ministerstva.html](http://www.mzv.cz/jnp/cz/o_ministerstvu/vznik_a_pusobnost_ministerstva.html).
30. MINISTERSTVO ZAHRANIČNÍCH VĚCÍ ČR, 2011. *Úřady České republiky v zahraničí* [online]. MZV, 26. 8. 2011 [cit. 20. 3. 2012]. Dostupné z: [http://www.mzv.cz/jnp/cz/o\\_ministerstvu/adresar\\_diplomatickych\\_misi/urady\\_ceske\\_republiky\\_v\\_zahranici.html](http://www.mzv.cz/jnp/cz/o_ministerstvu/adresar_diplomatickych_misi/urady_ceske_republiky_v_zahranici.html).

31. ORGANISATION FOR ECONOMIC CO-OPERATION AND DEVELOPMENT, 2012a. *Balance of Payments: Balance on goods* [online]. OECD, 21. 4. 2012 [cit. 23. 4. 2012]. Dostupné z: <http://stats.oecd.org/index.aspx?queryid=428#>.
32. ORGANISATION FOR ECONOMIC CO-OPERATION AND DEVELOPMENT, 2012b. *Balance of Payments: Balance on services* [online]. OECD, 21. 4. 2012 [cit. 23. 4. 2012]. <http://stats.oecd.org/index.aspx?queryid=429#>
33. ROKOVANIE VLÁDY SLOVENSKEJ REPUBLIKY, 2010. *Proexportná politika Slovenskej republiky – Na roky 2007 – 2013* [online]. RV SK [cit. 20. 3. 2012]. Dostupné z: [http://www.rokovania.sk/File.aspx/ViewDocumentHtml/Mater-Dokum-107984?prefixFile=m\\_](http://www.rokovania.sk/File.aspx/ViewDocumentHtml/Mater-Dokum-107984?prefixFile=m_).
34. SLOVENSKÁ AGENTÚRA PRE ROZVOJ INVESTÍCIÍ A OBCHODU, 2009a. *O nás* [online]. SARIO [cit. 10. 3. 2012]. Dostupné z: <http://www.sario.sk/?sario>.
35. SLOVENSKÁ AGENTÚRA PRE ROZVOJ INVESTÍCIÍ A OBCHODU, 2009b. *Medzinárodné podnikanie* [online]. SARIO [cit. 10. 3. 2012]. Dostupné z: <http://www.sario.sk/?medzinarodne-podnikanie>.
36. SLOVENSKÁ OBCHODNÁ A PRIEMYSLOVÁ KOMORA, 2009. Stanovy Slovenskej obchodnej a priemyselnej komory [online]. SOPK, 23. 4. 2009 [cit. 3. 3. 2012]. Dostupné z: <http://web.sopk.sk/view.php?cislocclanku=2006091402&lmenu=201>.
37. SLOVENSKÁ ZÁRUČNÁ A ROZVOJOVÁ BANKA, 2010a. *Profil banky* [online]. SZRB [cit. 29. 3. 2012]. Dostupné z: <http://www.szrb.sk/Default.aspx?CatID=4>.
38. SLOVENSKÁ ZÁRUČNÁ A ROZVOJOVÁ BANKA, 2010b. *História banky* [online]. SZRB [cit. 30. 3. 2012]. Dostupné z: <http://www.szrb.sk/Default.aspx?CatID=116>.
39. STOWARZYSZENIE EKSPORTERÓW POLSKICH, 2011a. *Program działalności Stowarzyszenia Eksporterów Polskich* [online]. SEP, 10. 1. 2011 [cit. 10. 4. 2012]. Dostupné z: <http://www.eksporterzy.org/onas.php?section=program>.
40. STOWARZYSZENIE EKSPORTERÓW POLSKICH, 2011b. *Informacje o Stowarzyszeniu Eksporterów Polskich* [online]. SEP, 10. 1. 2011 [cit. 11. 4. 2012]. Dostupné z: <http://www.eksporterzy.org/onas.php>.
41. SVAZ PRŮMYSLU A OBCHODU ČR, 2009a. *Svaz průmyslu a ochodu ČR* [online]. SPO [cit. 11. 2. 2012]. Dostupné z: <http://www.spcr.cz/o-nas/svaz-prumyslu-a-dopravy-cr>.

42. SVAZ PRŮMYSLU A OBCHODU ČR, 2009b. *Poslaní svazu* [online]. SPO [cit. 13. 2. 2012]. Dostupné z: <http://www.spcr.cz/o-nas/poslani-svazu>.
43. WAĆKOWSKA-KABACZYŃSKA MONIKA, 2011. *Działania i kompetencje* [online]. BIP MG, 8. 1. 2011 [cit. 19. 3. 2012]. Dostupné z: <http://bip.mg.gov.pl/Dzialania+i+kompetencje>.



## Seznam zkratek

aj.	a jiné
apod.	a podobně
a.s.	akciová společnost
atd.	a tak dále
atp.	a tak podobně
BGK	Bank gospodarstwa krajowego (Banka národního hospodářství)
CzechInvest	Česká agentura pro podporu podnikání a investic
CzechTrade	Česká agentura na podporu exportu
CZK	Česká koruna
ČEB	Česká exportní banka, a.s.
ČNB	Česká národní banka
ČR	Česká republika
EGAP	Exportní garanční a pojišťovací společnost, a.s.
EU	Evropská unie
EUR	Euro
EXIMBANKA SR	Exportně-importní banka Slovenské republiky
GATT	General Agreement on Tariffs and Trade (Všeobecná dohoda o clech a obchodu)
HDP	Hrubý domácí produkt
HK ČR	Hospodářská komora České republiky
Kč	Koruna česká
KUKE	Korporacja ubezpieczeń kredytów eksportowych spolka akcyjna (Exportní úvěrová pojišťovací společnost)
MH	Ministerstvo hospodářství
MH SR	Ministerstvo hospodářství Slovenské republiky
mil.	miliony
mld.	miliardy
MPO	Ministerstvo průmyslu a obchodu
MZV	Ministerstvo zahraničních věcí
např.	například
OECD	Organisation for Economic Co-operation and Development (Organizace pro ekonomickou spolupráci a rozvoj)

OEÚ ZÚ	obchodně ekonomický úsek zastupitelských úřadů
OSN	Organizace spojených národů
PZO	Podniky zahraničního obchodu
resp.	respektive
SARIO	Slovenská agentura pro podporu investic a obchodu
Sk	Slovenská koruna
SOPK	Slovenská obchodní a průmyslová komora
SPD ČR	Svaz průmyslu a dopravy České republiky
SR	Slovenská republika
SSSR	Sovětský svaz socialistické republiky
SZRB	Slovenská záruční a rozvojová banka
tj.	to je
tzn.	to znamená
tzv.	tak zvaný
USA	United States of America (Spojené státy americké)
USD	americký dolar
VHP	vnější hospodářská politika
WTO	World Trade Organization (Světová obchodní organizace)
ZO	zahraniční obchod
ZÚ	Zastupitelské úřady

## Prohlášení o využití výsledků bakalářské práce

Prohlašuji, že

- jsem byla seznámena s tím, že na mou bakalářskou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb. – autorský zákon, zejména § 35 – užití díla v rámci občanských a náboženských obřadů, v rámci školních představení a užití díla školního a § 60 – školní dílo;
- beru na vědomí, že Vysoká škola báňská – Technická univerzita Ostrava (dále jen VŠB-TUO) má právo nevýdělečně, ke své vnitřní potřebě, bakalářskou práci užít (§ 35 odst. 3);
- souhlasím s tím, že bakalářská práce bude v elektronické podobě archivována v Ústřední knihovně VŠB-TUO a jeden výtisk bude uložen u vedoucího bakalářské práce. Souhlasím s tím, že bibliografické údaje o bakalářské práci budou zveřejněny v informačním systému VŠB-TUO;
- bylo sjednáno, že s VŠB-TUO, v případě zájmu z její strany, uzavřu licenční smlouvu s oprávněním užít dílo v rozsahu § 12 odst. 4 autorského zákona;
- bylo sjednáno, že užít své dílo, bakalářskou práci, nebo poskytnout licenci k jejímu využití mohu jen se souhlasem VŠB-TUO, která je oprávněna v takovém případě ode mne požadovat přiměřený příspěvek na úhradu nákladů, které byly VŠB-TUO na vytvoření díla vynaloženy (až do jejich skutečné výše).

V Ostravě dne 11. května 2012

.....  
Dürrbecková Klára

Adresa trvalého pobytu studenta:

Holasická 4, Opava, 747 05